

# **“Audiovisual no estado de Minas Gerais: contexto, desafios e oportunidades”**

**Sumário executivo**



**EQUIPE EXECUTORA UFMG**

**Ana Flávia Machado**

**Rodrigo Cavalcante Michel**

**Jonas Henrique**

**Alice Demattos Guimarães**

**Maria Eduarda Guimarães e Sousa**

**Fevereiro de 2022**

## ESTRUTURA DO SUMÁRIO EXECUTIVO

1. Objetivo do projeto
2. Fontes de dados
3. Resultados da PNAD Contínua
4. Resultados da RAIS
5. Resultados do Cadastro da Receita Federal
6. Resultados do Portal do Microempreendedor SEBRAE/MG
7. Primeiros resultados da pesquisa primária
8. Considerações finais



## 1.OBJETIVO DO PROJETO

Analisar a cadeia do audiovisual mineiro no período de 2014 a 2021, em seus segmentos de cinema, publicidade, jogos digitais e produção de vídeos institucionais, considerando o contexto do setor em Minas Gerais, subdivisões e Brasil a partir de fontes secundárias e primária.

# **FONTES DE DADOS**



## 2. FONTES DE DADOS UTILIZADAS

- Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD-contínua (2014 até 2021)
- PNAD-COVID19
- Relação Anual de Informações Sociais - RAIS (2014 até 2020, vínculos)
- Cadastro da Receita Federal
- Portal do Empreendedor organizados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2015 até 2019)
- Pesquisa Anual de Serviços (PAS/IBGE) de 2014 a 2019
- Pesquisa Primária com questionário aprovado pelo CEP/UFMG em 24/03/2022

# PNAD-CONTÍNUA



### 3. RESULTADOS DA PNAD CONTÍNUA

Quadro 1 -  
Ocupações em  
atividades  
consideradas  
típicas do  
audiovisual.

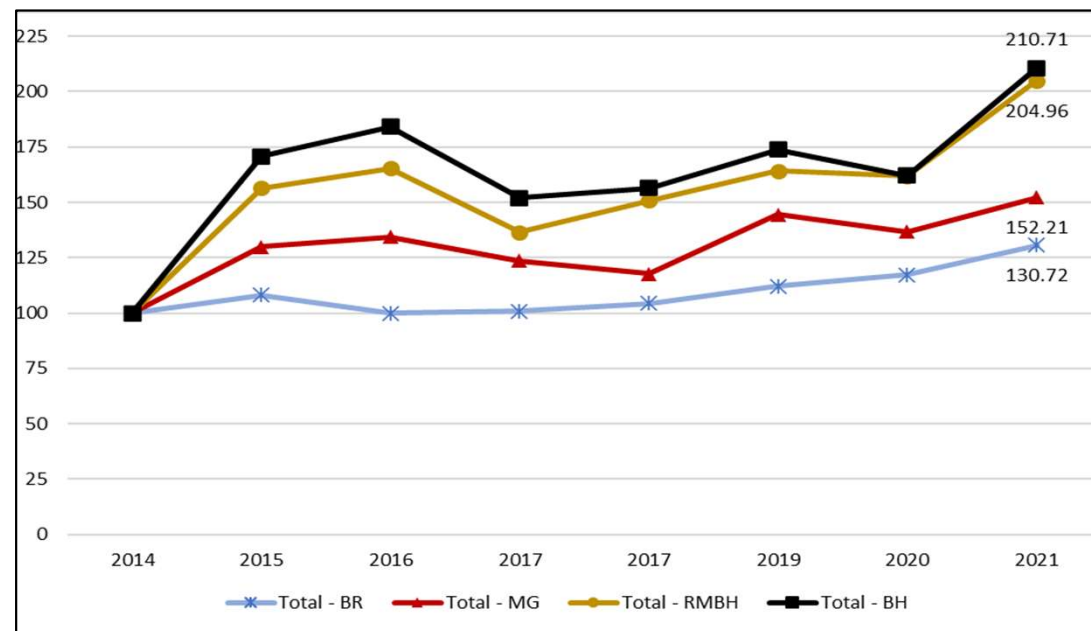
Fonte: Elaborado  
pelos autores, dados  
da PNAD-contínua  
(2021)

CNAE	Classificação de atividades	CBO	Classificação de ocupações
18000	Impressão e reprodução de gravações	1330	Profissionais da publicidade e da comercialização
		2431	Técnicos de redes e sistemas de computadores
		2432	Instaladores e reparadores em tecnologias da informação e comunicações
		2513	Jornalistas
		2514	Técnicos em operações de tecnologia da informação e das comunicações
59000	Atividades cinematográficas, produção de vídeos e de programas de televisão, gravação de som e de música	2519	Técnicos em assistência ao usuário de tecnologia da informação e das comunicações
		2641	Dirigentes de serviços de tecnologia da informação e comunicações
		2642	Fotógrafos
		2654	Programadores de aplicações
		2656	Técnicos de radiodifusão e gravação audiovisual
		2659	Escritores
		3431	Locutores de rádio, televisão e outros meios de comunicação
		3511	Profissionais de relações públicas
		3512	Diretores de cinema, de teatro e afins
		3513	Técnicos da web
62000	Atividades dos serviços de tecnologia da informação	3514	Desenvolvedores e analistas de programas e aplicativos (software) e multimídia não classificados anteriormente
		3521	Desenvolvedores de páginas de internet (web) e multimídia
		5241	Modelos de moda, arte e publicidade
		7422	Artistas criativos e interpretativos não classificados anteriormente

### 3. RESULTADOS DA PNAD CONTÍNUA

Em um período de crise econômica a nível nacional, entre 2014 e 2021, o audiovisual brasileiro apresentou uma expansão de 30,72%. Em Minas Gerais, esse crescimento foi ainda maior (52,21%), provavelmente impulsionado pela evolução bastante significativa na Região Metropolitana de Belo Horizonte (104,96%) e, sobretudo, em Belo Horizonte com taxa de 110,71%.

Gráfico 1 - Evolução do índice de ocupados no recorte CNAEs do audiovisual por territórios- 2014 a 2021



Fonte: Elaboração própria dos autores, dados da PNAD-contínua.

Nota: Neste gráfico se destacam as variações percentuais que ocorreram após o ano de 2014.



### 3. RESULTADOS DA PNAD CONTÍNUA

Tabela 1 – Evolução do total de trabalhadores em atividades típicas do audiovisual e participação relativa – PR (%), 2014-2021

Fonte: Elaboração própria dos autores, da dados PNAD-contínua.

Período	Brasil	MG - PR (%)	RMBH - PR (%)	BH - PR (%)
2014	822.250	6,69%	3,08%	2,11%
2015	888.806	8,05%	4,46%	3,33%
2016	815.824	9,14%	5,29%	4,11%
2017	823.357	8,08%	3,74%	2,77%
2018	851.981	7,35%	4,12%	2,79%
2019	918.593	8,64%	4,34%	3,04%
2020	965.019	7,60%	4,03%	2,55%
2021	1.095.873	7,73%	5,08%	3,34%
var (%) 2014–2021	33%	16%	65%	58%

### 3. RESULTADOS DA PNAD CONTÍNUA

Tabela 2 – Informações relacionadas ao posto de trabalho dos trabalhadores em atividades do audiovisual (Brasil e MG, 2014-2012)

Fonte: Elaboração própria dos autores, da dados PNAD-contínua.

Período	Brasil							
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Rendimento médio (R\$)	2.766,31	3.302,37	3.620,67	3.964,94	4.511,47	4.202,38	4.313,45	4.218,37
Formal (%)	75,44	74,45	69,31	67,63	69	69,69	69,15	66,11
Informal precário (%)	14,67	14,99	15,48	16,2	16,85	17,38	16,41	18,87
Conta própria com CNPJ –MEI (%)	-	-	11,49	12,56	11,01	9,59	12,62	13,01
N contribui previdência social (%)	15,89	17,24	16,44	17,63	18,47	18,74	19,76	20,21

Período	Minas Gerais							
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Rendimento médio (R\$)	2.264,41	2.611,72	2.992,33	2.040,18	2.877,69	2.960,09	3.336,66	3.297,76
Formal (%)	74,33	68,79	71,86	72,94	65,41	73,33	73,82	62,4
Informal precário (%)	18,12	15,46	16,04	19,00	20,00	14,13	10,46	13,22
Conta própria com CNPJ - MEI (%)	-	-	10,75	8,25	10,86	8,72	14,01	15,33
N contribui previdência social (%)	19,46	18,84	17,08	20,26	20	16,04	10,06	10,06

### 3. RESULTADOS DA PNAD CONTÍNUA

Tabela 3 - Informações relacionadas ao posto de trabalho em atividades do audiovisual (Região Metropolitana de Belo Horizonte e Belo Horizonte - 2014 a 2021)

Período	Região Metropolitana de Belo Horizonte							
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Rendimento médio (R\$)	2.663,22	3.188,34	3.797,25	2.441,06	3.675,83	3.761,60	4.199,40	3.863,43
Formal (%)	76,36	75,32	75,79	65,76	72,74	73,35	73,21	66,7
Informal precário (%)	19,38	12,89	13,25	25,03	18,67	12,03	9,81	11,06
Conta própria com CNPJ - MEI (%)	-	-	8,97	12,2	7,24	12,31	12,73	13,25
Não contribui para a previdência social (%)	19,83	14,30	14,33	27,74	18,67	12,41	9,81	11,06

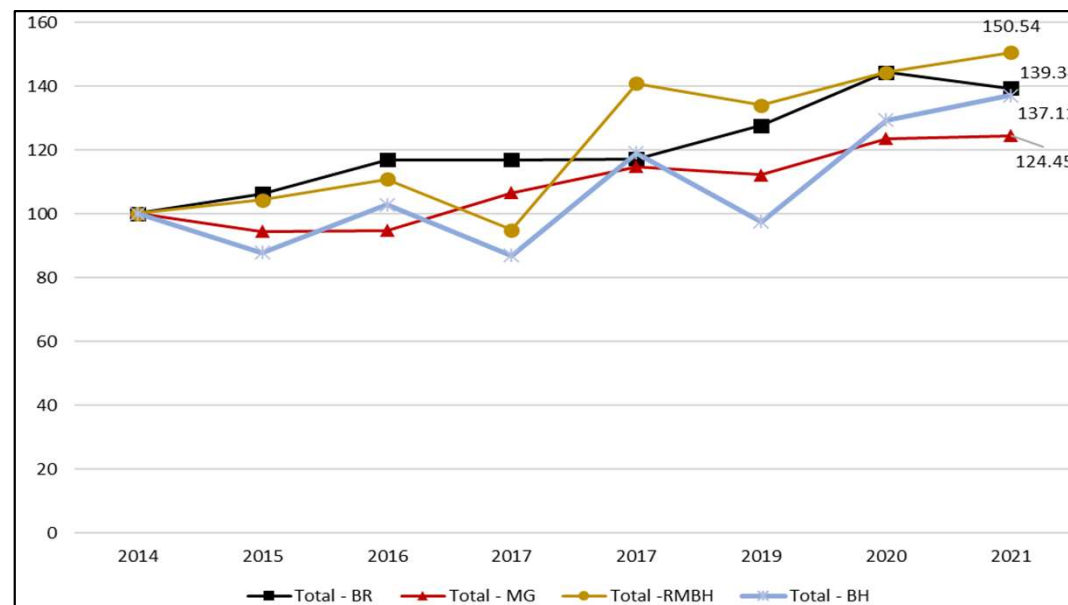
  

Período	Belo Horizonte							
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Rendimento médio (R\$)	2.751,20	3.554,10	3.689,66	2.580,70	4.189,25	4.471,53	4.816,24	4.328,13
Formal (%)	70,21	76,04	75,46	72,84	68,54	71,14	72,6	68,67
Informal precário (%)	24,91	10,04	12,79	14,74	21,69	12,94	7,06	9,94
Conta própria com CNPJ - MEI (%)	-	-	11,53	13,64	10,69	13,17	13,64	13,08
Não contribui para a previdência social (%)	25,57	10,04	14,17	18,41	21,69	12,94	7,06	9,94

### 3. RESULTADOS DA PNAD CONTÍNUA

O nível de ocupação do audiovisual no Brasil avançou em 39,34% ao longo dos anos de 2014 até 2021. É interessante destacar que o crescimento em Minas Gerais (24,45%) foi inferior ao ocorrido na RMBH (50,54%) e na cidade de Belo Horizonte (37,11%).

Gráfico 2 – Evolução do nível de ocupação do audiovisual no recorte CBO por territórios- 2014 a 2021



Fonte: Elaboração própria dos autores, dados da PNAD-contínua.

Nota: Neste gráfico se destacam as variações percentuais que ocorreram após o ano de 2014.

### 3. RESULTADOS DA PNAD CONTÍNUA

Tabela 4 – Evolução do total de trabalhadores do audiovisual pelo recorte da CBO e participação relativa – PR (%), 2014-2021

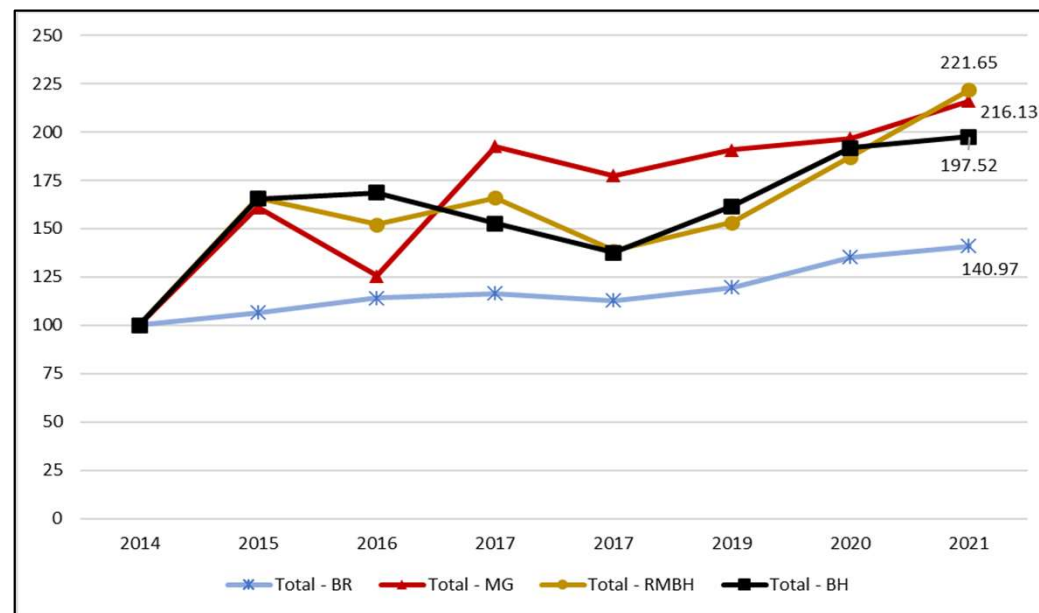
Fonte: Elaboração própria dos autores, da dados PNAD-contínua.

Período	BR	MG – PR (%)	RMBH - PR (%)	BH - PR (%)
2014	1.071.595	9,5	4,07	3,3
2015	1.139.504	8,5	3,99	2,7
2016	1.258.983	7,7	3,85	2,8
2017	1.260.539	8,6	3,23	2,3
2018	1.263.766	9,3	4,71	3,1
2019	1.394.898	8,2	3,97	2,2
2020	1.629.112	7,8	3,75	2,5
2021	1.547.175	8,3	4,19	2,8
Var. (%) 14 – 21	33,28	15,55	64,94	58,29

### 3. RESULTADOS DA PNAD CONTÍNUA

Aqui, analisa-se o mundo do trabalho no setor audiovisual, compatibilizando CNAEs à CBO. Considerando tal seleção de ocupados, tem-se crescimento de 40,97% no nível de ocupação para o Brasil na série em questão. Percebe-se, pela leitura do Gráfico 3, aumento expressivo em Belo Horizonte (97,52%), em Minas Gerais (116,13%) e, sobretudo, na RMBH (121,65%).

Gráfico 3 - Evolução do índice de trabalhadores em atividades típicas do audiovisual - 2014 a 2021



Fonte: Elaboração própria dos autores, dados da PNAD-contínua.

### 3. RESULTADOS DA PNAD CONTÍNUA

Tabela 5 – Evolução do total de ocupados em atividades típicas do audiovisual e participação relativa – PR (%)

Fonte: Elaboração própria dos autores, da dados PNAD-contínua.

Período	BR	MG - PR (%)	RMBH - PR (%)	BH - PR (%)
2014	224.426	6,24%	3,41%	2,30%
2015	239.026	9,43%	5,31%	3,58%
2016	257.404	5,66%	4,26%	3,43%
2017	263.068	9,25%	4,73%	2,82%
2018	253.739	8,12%	3,57%	2,48%
2019	271.159	8,61%	3,82%	2,88%
2020	313.560	7,91%	4,43%	3,24%
2021	331.195	8,93%	5,64%	3,24%
var (%) 14 – 21	47,57%	111,19%	144,08%	107,89%

### 3. RESULTADOS DA PNAD CONTÍNUA

## Comparação entre capitais

Em uma comparação entre capitais selecionadas - São Paulo, Rio de Janeiro, Fortaleza, Recife, Porto Alegre e Brasília -, Belo Horizonte alcançou o segundo lugar no acréscimo de ocupados em atividades típicas do setor audiovisual entre 2014 e 2021. Porto Alegre é a capital que registra maior crescimento (148,49%). Recife e Fortaleza apresentam redução de ocupados, -39,74 % e -25,60 %, respectivamente. As demais se posicionam com variação próxima a do Brasil, ou seja, 47%.



### 3. RESULTADOS DA PNAD CONTÍNUA

#### Principais achados a partir da PNAD-C

- Potencial da RMBH e de Belo Horizonte na geração de postos de trabalho e renda, mesmo o país tendo, no período analisado, vivenciado crise econômica e, nos dois últimos anos, crise econômica em contexto pandêmico.
- Entre as capitais selecionadas no período, BH obteve segundo melhor desempenho, ficando atrás somente de Porto Alegre
- As questões afirmativas parecem não ter alcançado o audiovisual, uma vez que prevalecem os ocupados homens e brancos
- A idade média se encontra na média nacional e a escolaridade é mais alta

**RAIS**



## 4. RESULTADOS DA RAIS

Quadro 2 – Atividades contempladas na análise da RAIS

Fonte: Elaborado pelos autores, RAIS.

Código CNAE	Descrição
1830002	Reprodução de vídeo em qualquer suporte
5911101	Estúdios cinematográficos
5911102	Produção de filmes para publicidade
5911199	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente
5912001	Serviços de dublagem
5912002	Serviços de mixagem sonora em produção audiovisual
5912099	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente
5913800	Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão
5914600	Atividades de exibição cinematográfica
6203100	Desenvolvimento e Licenciamento de Programas de Computador Não-Customizáveis (jogos)

## 4. RESULTADOS DA RAIS

### Análise Brasil

- Atividade pós-produção cinematográfica reduziu em cerca de 55%, movimento similar de Estúdios cinematográficos
- Atividades de exibição cinematográfica reduziu mais de 40%, enquanto a atividade de Reprodução de vídeo em qualquer suporte apresentou a maior redução com quase 90%
- De outra sorte, a atividade Desenvolvimento e Licenciamento de Programas de Computador Não-Customizáveis (jogos) cresceu em 10%
- Distribuição cinematográfica aumentou em mais de 30% no Brasil
- Serviços de dublagem expandiram em cerca de 50%

## 4. RESULTADOS DA RAIS

### Análise RAIS-MG

- Aumento de cerca de 5% nos vínculos formais no setor do audiovisual no período de 2014 e 2020
- Dentre as atividades no estado, destacam-se o Desenvolvimento e Licenciamento de Programas de Computador Não-Customizáveis (jogos) e Atividades de Exibição Cinematográfica como sendo aquelas com maior número de vínculos
- No período analisado, nota-se que o setor apresentou evolução positiva supramencionada em razão da expansão de Desenvolvimento de Jogos (42,74%)

## 4. RESULTADOS DA RAIS

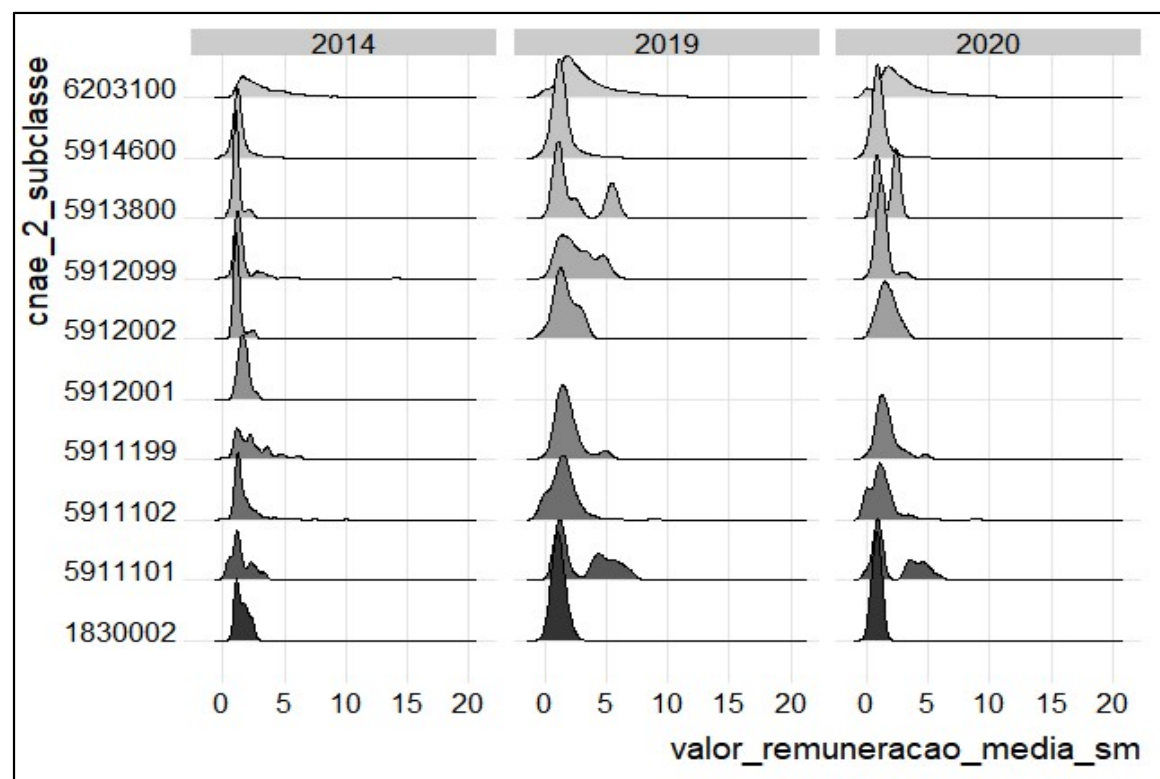
### Análise RAIS-MG

- É importante salientar que, em algumas atividades, o crescimento se manteve até 2019, como é o caso da Pós-produção cinematográfica, que apresentou uma forte queda no ano de 2020
- Entre as que sofreram diminuição de vínculos no período, ressaltam-se Serviços de dublagem que apresentou uma redução de 100% com 42 trabalhadores em 2014 e nenhum trabalhador formal em 2020
- Atividades de Distribuição cinematográfica de vídeo e programa de televisão, Estúdios Cinematográficos e Produção de Filmes para Publicidade também sofreram perdas significativas no período, indicando possível redução das atividades mais relacionadas à produção e atividade cinematográfica no estado

## 4. RESULTADOS DA RAIS

Percebem-se algumas alterações na distribuição média da remuneração por setor no período analisado. O setor de Distribuição (5913800) passa a apresentar uma distribuição menos concentrada nas faixas de remuneração mais baixas, indicando possível melhoria nos salários pagos no mercado. Fato similar ocorre com as atividades de Estúdios cinematográfico (5911101) e Produção de filmes para publicidade (5911102).

Figura 1 - Distribuição da remuneração média em Salários-Mínimos no setor audiovisual mineiro, 2014-2020

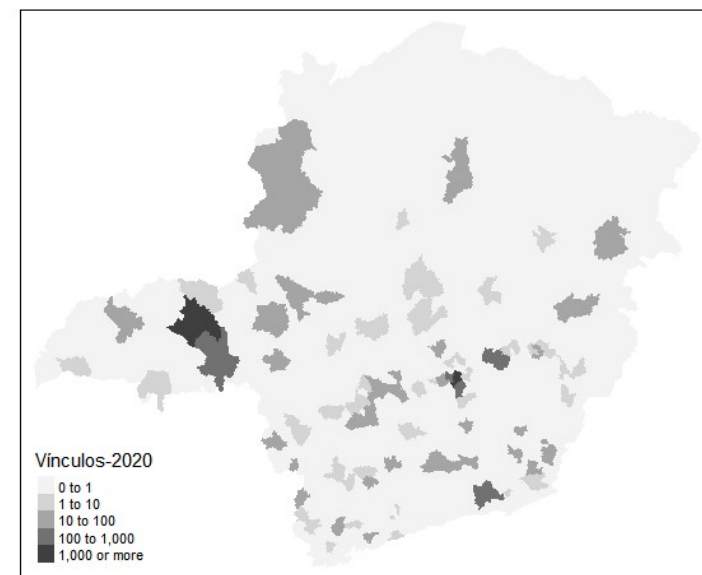
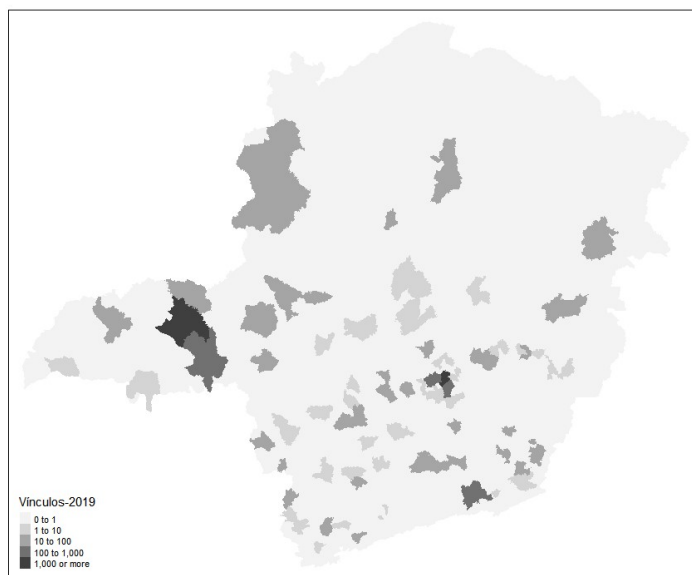
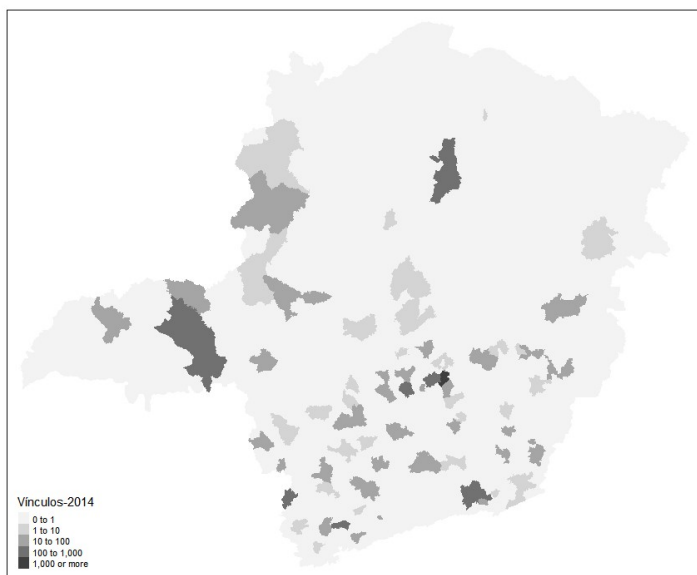


Fonte: Elaborado pelos autores, RAIS-vínculos

## 4. RESULTADOS DA RAIS

Figura 2 - Vínculos formais no setor audiovisual mineiro, 2014-2020, por município

Fonte: Elaborado pelos autores, RAIS-vínculos

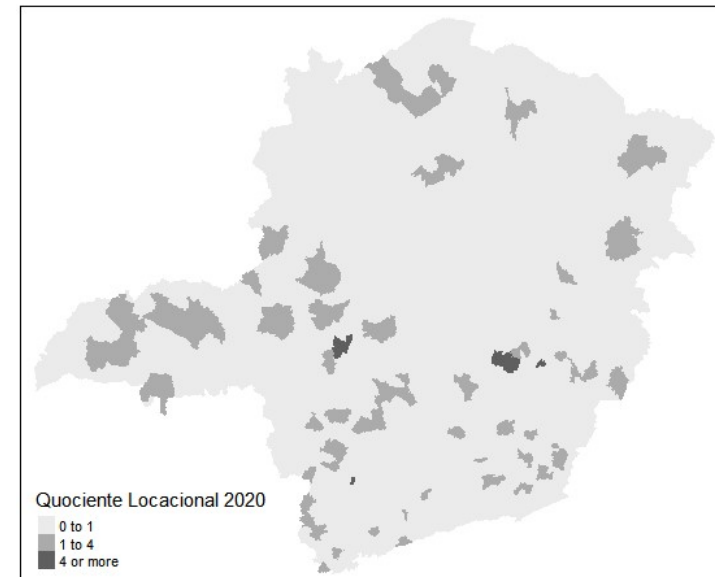
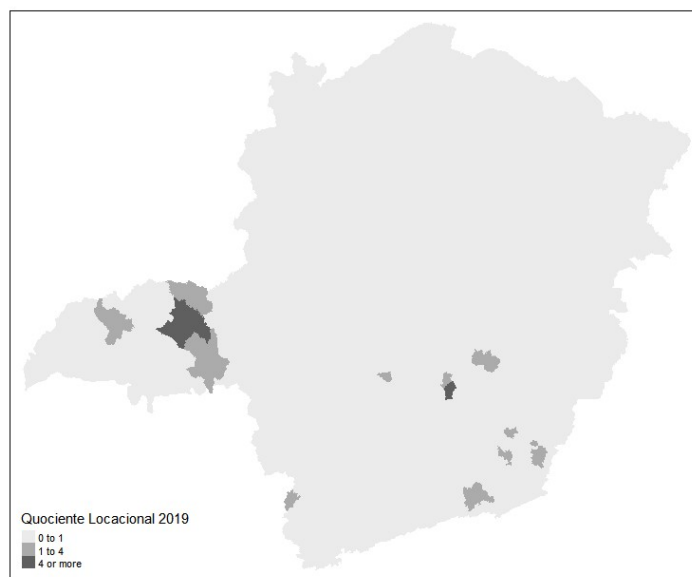
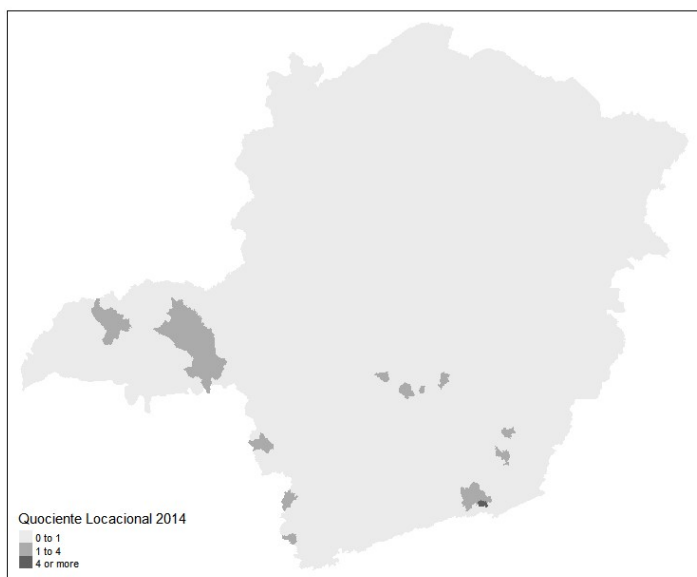




## 4. RESULTADOS DA RAIS

Figura 3 – Quociente Locacional do setor audiovisual mineiro, 2014-2020, por município

Fonte: Elaborado pelos autores, RAIS-vínculos



## 4. RESULTADOS DA RAIS

Tabela 5 – Quociente Locacional dos Municípios Mineiros especializados no setor audiovisual, 2014-2020, por município

Fonte: Elaborado pelos autores, RAIS-vínculos

Município	QL 2014	QL 2019	QL2020	PR 2020
<del>Itabira</del>	0,20	1,92	7,98	5,13%
<del>Extrema</del>	0,00	0,00	3,01	1,67%
Uberlândia	2,38	4,44	2,77	12,39%
<del>Formiga</del>	0,41	0,52	2,55	1,00%
Nova Lima	0,90	4,10	2,35	2,74%
Belo Horizonte	1,91	2,02	1,49	37,28%
Poços de Caldas	1,21	1,02	1,16	1,13%
Divinópolis	0,45	0,45	1,03	1,18%
Contagem	0,94	0,67	1,02	4,08%
Juiz de Fora	3,55	1,21	0,93	2,72%
Uberaba	1,28	1,24	0,86	1,58%

Nota: são falsos positivos os resultados do QL2020 para os municípios de Itabira, Extrema e Formiga (QL alto e PR baixo)

## 4. RESULTADOS DA RAIS

### Análise por capitais selecionadas

- Quando se analisa a variação dos vínculos formais segundo atividades pelas capitais selecionadas (SP, RJ, RE, FOR, POA, BSB e BH), nota-se que Porto Alegre, São Paulo e Belo Horizonte tiveram aumento do número de vínculos entre 2014 e 2020, 25,71% , 13,48% e 4,61% respectivamente. Fortaleza manteve estabilidade no número de vínculos e as demais sofreram redução (TABELA A2 no Apêndice).
- Em termos da evolução de emprego por atividades do setor, Porto Alegre registra aumento de vínculos em “*Desenvolvimento e Licenciamento de Programas de Computador Não-Customizáveis (jogos)*” de 96,28% e “*Produção de filmes para publicidade*” (42,96%). São Paulo, por sua vez, apresenta crescimento de vínculos em “*Serviços de dublagem*” (186,96%), “*Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente*”(29,74%), “*Desenvolvimento e Licenciamento de Programas de Computador Não-Customizáveis (jogos)*” em 34,16% e “*Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão*” (25%). Em Belo Horizonte, o aumento se dá em “*Serviços de mixagem*” (800%) “*Desenvolvimento e Licenciamento de Programas de Computador Não-Customizáveis (jogos)*” em 35,97%. Essa evolução positiva, com algumas exceções, representa em termos absolutos variações não muito expressivas, algo de 1 para 9 vínculos, por exemplo. As outras atividades sofrem redução de vínculos entre 2014 e 2020.

## 4. RESULTADOS DA RAIS

### Análise por capitais selecionadas

- No caso de Fortaleza, ocorre aumento em “*Serviços de mixagem*” (50%) e “*Desenvolvimento e Licenciamento de Programas de Computador Não-Customizáveis (jogos)*” em 38,02%. Em Recife “*Produção de filmes para publicidade*” salta de 21 para 98 vínculos, implicando aumento de 366,67%. No Rio de Janeiro, por ordem decrescente, “*Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão*” (413,48%), “*Serviços de dublagem*” (115,38%) e, em menor medida, “*Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente*” (6,95%) são as atividades que experimentam acréscimo de vínculos. Em Brasília, verifica-se diminuição dos vínculos em todas as atividades selecionadas do setor audiovisual. Tal evolução do emprego formal indica que São Paulo e Rio de Janeiro são pólos da indústria cinematografia, ainda que serviços de mixagem tenham aumentado em Fortaleza e em Belo Horizonte. Desenvolvimento de programas e jogos tem ampliação em São Paulo, Belo Horizonte, Fortaleza e Porto Alegre, como também observa-se tendência de especialização em produção de filmes para publicidade em Recife e Porto Alegre.

## 4. RESULTADOS DA RAIS

### Conclusões da RAIS

- Reforçam os encontrados pela PNAD-Contínua no que tange ao perfil de ocupados: predominantemente homens, brancos, com idade na casa dos 30 anos e com elevada escolaridade quando comparado ao mercado de trabalho como um todo
- Em Minas Gerais, a atividade pós-produção cinematográfica apresentou um crescimento de 75% no estado, enquanto, no Brasil, reduziu em mais de 45%, movimento similar de serviços de mixagem sonora para o audiovisual
- A atividade produção cinematográfica diminuiu em 40% no estado e, nacionalmente, cresceu 5%.

## 4. RESULTADOS DA RAIS

### Conclusões da RAIS

- Distribuição cinematográfica sofreu corte em mais de 75% dos vínculos em Minas Gerais contra um aumento de 45% no Brasil
- Serviços de dublagem, que deixaram de registrar vínculos formais no estado, expandiram em 92% no Brasil
- Em respeito a localização das atividades no estado, identificam-se polos no Triângulo Mineiro e na RMBH, ocorrendo especialização do setor na economia local em treze municípios
- Quando se analisa por capitais, os vínculos formais em Belo Horizonte apresentam bom desempenho, atrás de Porto Alegre e de São Paulo

# **DADOS DA RECEITA FEDERAL**



## Tabela 6 - Número de empresas do audiovisual mineiro, por atividade, 2021

Fonte: Elaborado pelos autores, Receita Federal

CNAE	Total
Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente	3959
Jogos de computador para todas as plataformas; desenvolvimento de	935
Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente	551
Produção de filmes para publicidade	208
Atividades de exibição cinematográfica	145
Estúdios cinematográficos	70
Distribuição cinematográfica, de vídeo e de programas de televisão	50
Serviços de dublagem	44
Serviços de mixagem sonora em produção audiovisual	21
Reprodução de vídeo em qualquer suporte	9
TOTAL GERAL	5992

Nota: As informações são provenientes dos dados públicos CNPJ da plataforma gov.br, organizados pela Receita Federal, e estão disponíveis para consulta, conforme CNAEs.



Tabela 7 - Empresas do setor audiovisual em funcionamento no Estado de MG

Fonte: Elaborado pelos autores, Receita Federal

<b>Município</b>	<b>Total de Empresas</b>
Belo Horizonte	2412
Uberlândia	365
Juiz de Fora	306
Contagem	161
Montes Claros	113
Uberaba	102
Betim	100
Divinópolis	91
Governador Valadares	90
Poços de Caldas	86
Nova Lima	75
Varginha	72
Ipatinga	69

---

A capital mineira desponta significativamente em termos de sediar empresas da cadeia. Porém, há outros municípios da RMBH, como Contagem, Betim e Nova Lima que aparecem com índices elevado. Assim como Montes Claros, Uberaba e Divinópolis, Governador Valadares, e Poços de Caldas, demonstrando que a região do Triângulo Mineiro também desponta no cenário estadual do audiovisual.

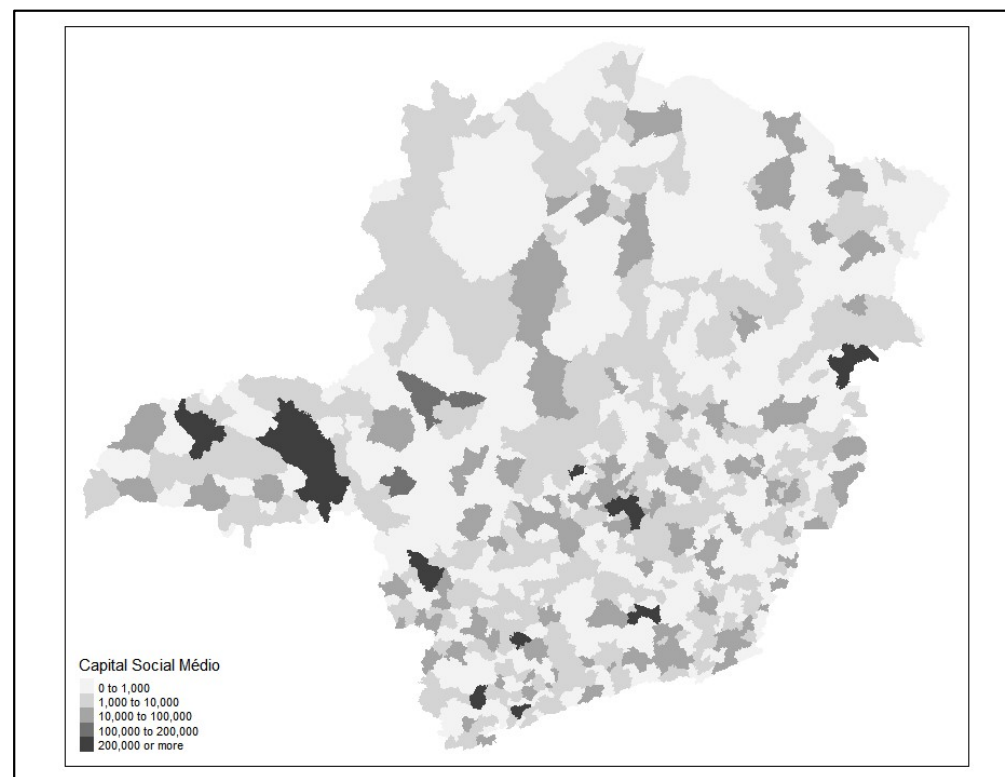
Figura 4 – Empresas da atividade Audiovisual em MG - 2021



Fonte: Elaborado pelos autores, Receita Federal

O capital social é uma informação importante quando se analisa o tamanho das empresas. Empresas do município de Uberlândia, Varginha, Belo Horizonte e Betim apresentam capital social médio mais elevado do que o restante do estado (média estadual de R\$51.311,59). Vale ressaltar que, por se tratar de média, o indicador deve ser analisado como uma primeira intuição do tamanho das empresas do setor audiovisual.

Figura 5 – Capital Social Médio das Empresas da atividade Audiovisual em MG - 2021



Fonte: Elaborado pelos autores, Receita Federal

# PORTAL DO EMPREENDEDOR



## 6. RESULTADOS DO PORTAL DO EMPREENDEDOR

### Quadro 3 – Atividades típicas do audiovisual – SEBRAE/MG

Fonte: Elaborado pelos autores, dados do SEBRAE/MG (2021).

Atividades	
5914600	Atividades de Exibição Cinematográfica
5912009	Atividades de Pós-Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão não Especificadas Anteriormente
5911199	Atividades de Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão não Especificadas Anteriormente
6203100	Desenvolvimento e Licenciamento de Programas de Computador Não-Customizáveis
5913800	Distribuição Cinematográfica, de Vídeo e de Programas de Televisão
5911101	Estúdios Cinematográficos
5911102	Produção de Filmes para Publicidade
1830002	Reprodução de Vídeo em Qualquer Suporte
5912001	Serviços de Dublagem
5912002	Serviços de Mixagem Sonora em Produção Audiovisual

## 6. RESULTADOS DO PORTAL DO EMPREENDEDOR

Tabela 8 – Lista de atividades para microempreendedores individuais – SEBRAE/MG

Fonte: Elaborado pelos autores, dados do SEBRAE/MG (2021).

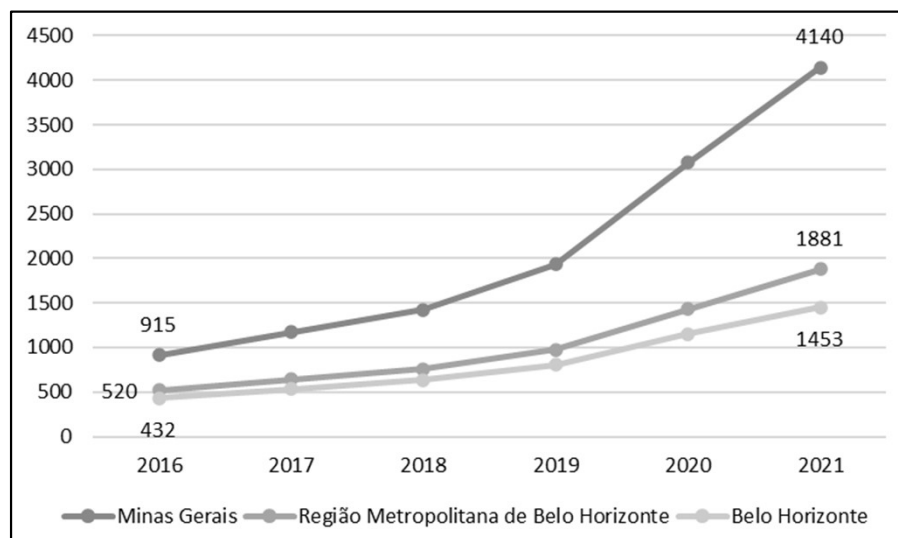
Lista de atividades	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Serviços de Dublagem	X	X	X	X	X	X
Pós-produção cinematográfica	X	X	X	X	X	X
Desenvolvimento de programas de computadores não customizáveis	X	X	X			

## 6. RESULTADOS DO PORTAL DO EMPREENDEDOR

### Microempreendedor Individual

Variação (2016 - 2020)

Gráfico 4 – Microempreendedores individuais relativos ao audiovisual mineiro



Fonte: Elaborado pelos autores, dados do SEBRAE/MG (2021).

Minas Gerais: 352.5%

Região Metropolitana de Belo Horizonte

261.7%

Belo Horizonte: 236.3%

## 6. RESULTADOS DO PORTAL DO EMPREENDEDOR

Tabela 9 - Composição dos Microempreendedores Individuais por atividades em Minas Gerais, RMBH e Belo Horizonte

Fonte: Elaborado pelos autores, dados do SEBRAE/MG (2021).

<b>Minas Gerais</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Serviços de dublagem (%)	1,42	1,36	1,12	1,14	1,11	0,99
Atividades de pós-produção cinematográfica (%)	98,47	98,55	98,88	98,86	98,89	99,01
Desenv. e licenciamento de programas de computador não customizáveis (%)	0,11	0,09	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>915</b>	<b>1173</b>	<b>1424</b>	<b>1932</b>	<b>3074</b>	<b>4140</b>
<b>Região Metropolitana de Belo Horizonte</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Serviços de dublagem (%)	1,54	1,24	0,92	1,33	1,47	1,22
Atividades de pós-produção cinematográfica (%)	98,27	98,60	99,08	98,67	98,53	98,78
Desenv. e licenciamento de programas de computador não customizáveis (%)	0,19	0,16	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>520</b>	<b>644</b>	<b>761</b>	<b>974</b>	<b>1431</b>	<b>1881</b>
<b>Belo Horizonte</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Serviços de dublagem (%)	1,62	1,50	0,94	1,36	1,65	1,38
Atividades de pós-produção cinematográfica (%)	98,15	98,32	99,06	98,64	98,35	98,62
Desenv. e licenciamento de programas de computador não customizáveis (%)	0,23	0,19	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>432</b>	<b>535</b>	<b>636</b>	<b>806</b>	<b>1153</b>	<b>1453</b>



# **PESQUISA PRIMÁRIA - Primeiros Achados**



## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

A pesquisa primária foi realizada no período de 09 de abril a 31 de maio de 2022, a partir de dois questionários elaborados pela plataforma Jotform, aprovados pelo Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da UFMG em 24/03/2022 .

O Formulário de Pessoa Jurídica recebeu 35 respostas, enquanto o Formulário de Pessoa Física recebeu 63, totalizando 98 respostas.

*Como a adesão foi baixa, aquém do amostra calculada, os resultados aqui descritos dizem respeito à caracterização das empresas e trabalhadores do audiovisual que responderam aos respectivos instrumentos de coleta inseridos na plataforma Jotform e encaminhados por e-mails pelas equipes da ONG Contatato e do Sebrae/MG. Não representam, portanto, o setor em Minas Gerais*

# PESSOAS JURÍDICAS

**Pesquisa sobre a cadeia produtiva  
do Audiovisual em Minas Gerais**

**Formulário Pessoa Jurídica**

Realização:



## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Jurídicas - Perfil da Empresa

Tabela 10 – Tipificação da empresa

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

**1 – Qual a tipificação da sua empresa?**

Tipificação	Quantidade
MEI	3
Microempresa	11
Sociedade Limitada Empresarial (LTDA)	16
Sociedade Limitada Unipessoal (antiga EIRELI)	4
ANULADAS	1
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>

Tabela 11 – Tempo de fundação da empresa

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

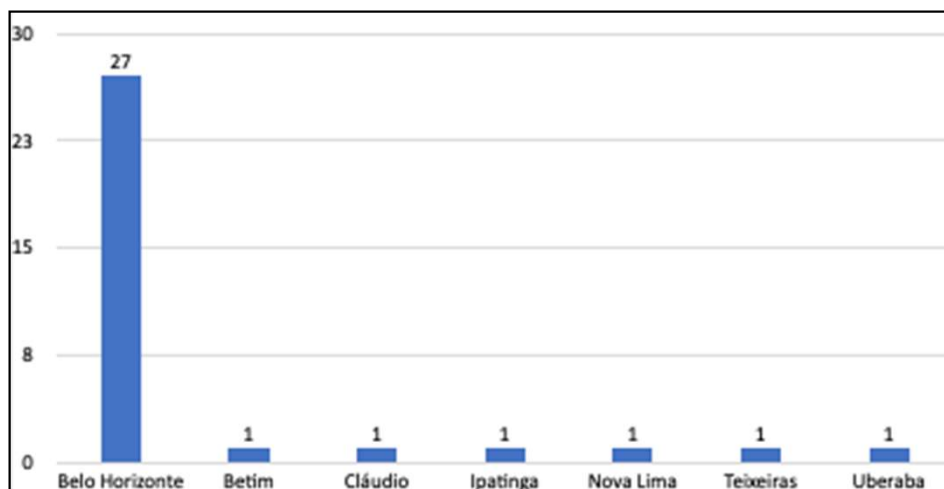
**2 – A empresa foi fundada há quanto tempo?**

Tipificação	Quantidade
Mais de 10 anos	20
Entre 5 anos e 10 anos	10
Entre 1 ano e 5 anos	3
Entre 6 meses e 1 ano	2
ANULADAS	0
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Jurídicas - Perfil da Empresa

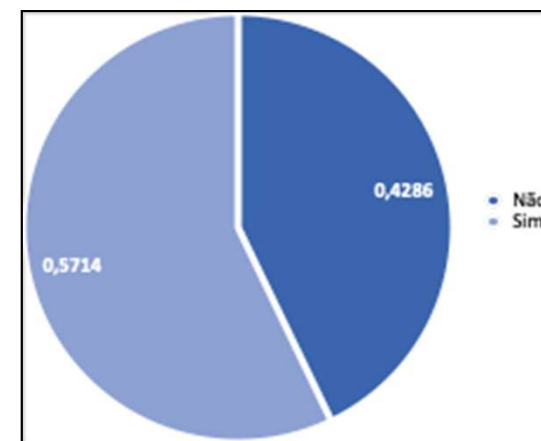
Gráfico 5 -  
Cidade sede da empresa



Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

Nota: Respostas anuladas: 2 (O Sopro do Tempo e Vale do Rio Doce)

Gráfico 6 -  
Possui espaço ou sede própria, mesmo que em regime de locação?



Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Jurídicas - Perfil da Empresa

Tabela 12 – Número de funcionários ativos

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

#### 5 - Quantos funcionários ativos trabalham na empresa atualmente?

Tipificação	Quantidade
Apenas 1 (proprietário)	18
De 2 a 4	7
De 4 a 8	3
De 8 a 15	6
Mais de 15	1
ANULADAS	0
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Jurídicas - Perfil da Empresa

Tabela 13 – Atividade principal da empresa

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

6 – Qual a atividade econômica principal da empresa, de acordo como Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica?	
Tipificação	Quantidade
Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente	21
Estúdios Cinematográficos	5
Produção de Filmes para Publicidade	3
Desenvolvimento e comercialização de jogos digitais	1
Distribuidora de obras audiovisuais	1
Filmagem de festas e eventos	1
Fotografia	1
Ensino de arte e cultura	1
Produtora de áudio e estúdio de gravação e pós produção de áudio	1
TOTAL	35

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

## Pessoas Jurídicas - Perfil da Empresa

Tabela 14 – Atividades econômicas secundárias da empresa, de acordo como Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ)

	1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	9°
1	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente	Produção de Filmes para Publicidade	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente	Agência de publicidade	Outras atividades profissionais, científicas e técnicas não especificadas anteriormente	Aluguel de outras máquinas e equipamentos comerciais e industriais não especificados anteriormente, sem operador	Artes cênicas, espetáculos e atividades complementares não especificadas anteriormente	Atividades de artistas plásticos, jornalistas independentes e escritores
2	Distribuidora de obras audiovisuais	Estúdios Cinematográficos	Produção de Filmes para Publicidade	Produção de Filmes para Publicidade	Filmagem de festas e eventos	Produção de fotografias	Organização de feiras	Ensino de arte e cultura	Produção Teatral
3	Produção de Filmes para Publicidade	Distribuidora de obras audiovisuais	Estúdios Cinematográficos	Atividades de pós-produção, atividades de exibição, produção de fotografias, serviços de tradução, ensino de arte e cultura não especificado anteriormente	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente				
4	Estúdios Cinematográficos	Atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente	Atividades de gravação de som e de edição de música	Atividades de pós-produção					

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

Nota: Uma resposta anulada (Não quero informar)



## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

## Pessoas Jurídicas - Perfil da Empresa

Tabela 14 - Atividades econômicas secundárias da empresa, de acordo como Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ)

	1°	2°	3°	4°	5°	6°	7°	8°	9°
5	Captação de som direto	Atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente		Atividades de produção de fotografias, exceto aérea e submarina					
6	Desenvolvimento de software sob demanda								
7	Desenvolvimento e comercialização de jogos digitais								
8	Editor de vídeo independente								
9	Fotografia e outros								
10	Fotografia e pós-produção								
12	Produção cultural								

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

Nota: Uma resposta anulada (Não quero informar)

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Jurídicas - Perfil da Empresa

Tabela 15 - Modalidade(s) de atuação no audiovisual?

1°	2°	3°	4°	5°	6°
Animação	Curtas-metragens de documentário ou ficção	Longas-metragens de documentário ou ficção	Séries ficcionais ou documentais para plataformas e/ou TV	Vídeos institucionais	Vídeos institucionais
Curtas-metragens de documentário ou ficção	Longas-metragens de documentário ou ficção	Vídeos institucionais	Vídeos institucionais	Séries ficcionais ou documentais para plataformas e/ou TV	Média-metragens
Publicidade	Vídeos institucionais	Séries ficcionais ou documentais para plataformas e/ou TV	Publicidade		
Longas-metragens de documentário ou ficção	Séries ficcionais ou documentais para plataformas e/ou TV	Publicidade	Música e teatro		
Arte	Jogos digitais	Capacitação	vídeos de treinamentos e transmissão ao vivo.		
Eventos sociais	Mostras e festivais	Transmissões Simultâneas.			
Jogos digitais	Publicidade				
Séries ficcionais ou documentais para plataformas					

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Jurídicas - Perfil da Empresa

Tabela 16 - Questão 9, Formulário PJ

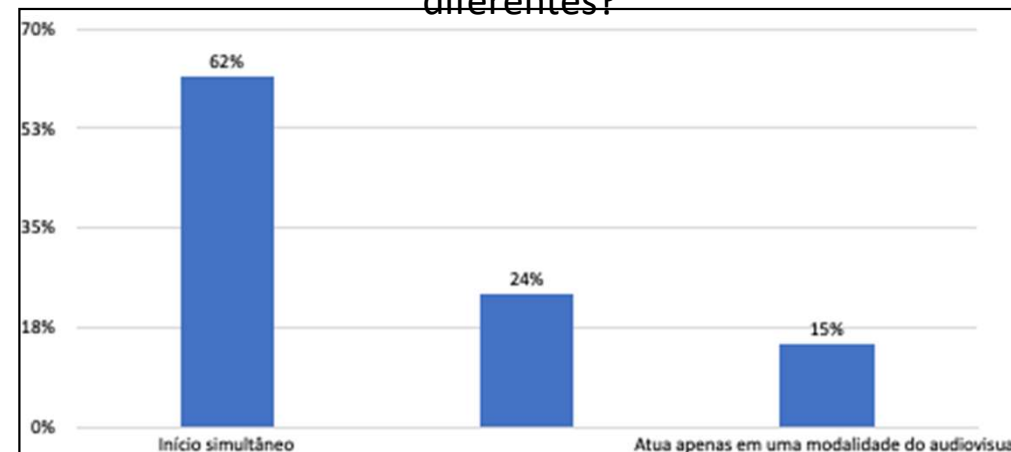
Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

**Se atua em mais de uma modalidade no audiovisual, o início foi simultâneo nas atividades ou foi em períodos diferentes?**

Tipificação	Quantidade
Início simultâneo	21
Diferentes períodos	8
Atua apenas em uma modalidade do audiovisual	5
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>

Gráfico 7 -

Se atua em mais de uma modalidade no audiovisual, o início foi simultâneo nas atividades ou foi em períodos diferentes?

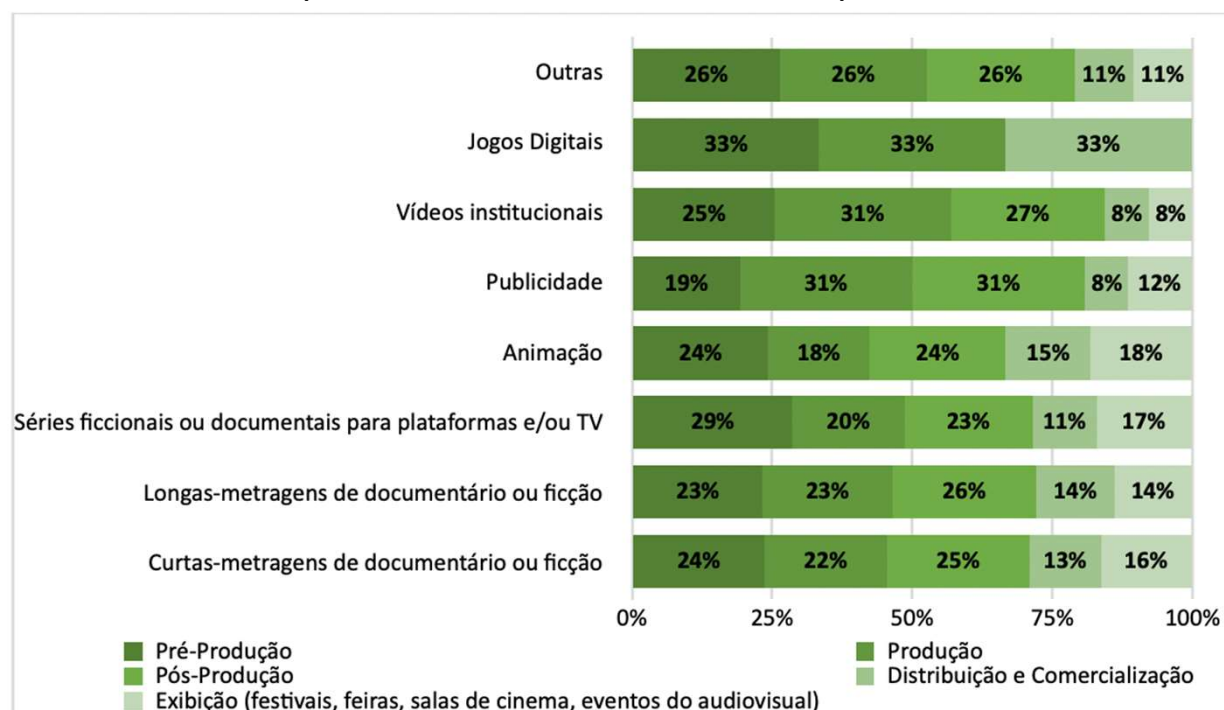


Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Jurídicas - Atuação da empresa de 2017 a 2019

Figura 6 - Em qual(is) fase(s) da cadeia a(s) atividade(s) prestadas pela sua empresa se insere(m) e qual o número de produtos finalizados durante o período?



Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Jurídicas - Atuação da empresa de 2017 a 2019

Tabela 17 – Média de faturamento mensal entre 2017 e 2019

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

#### 2 - Qual foi aproximadamente a média do faturamento mensal da empresa entre 2017 e 2019, em R\$

Tipificação	Valor
Máximo	16.648,96
Média	460.000
Mínimo (3 respostas)	0

Tabela 18 – Distribuição de empresas por faixas de faturamento

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

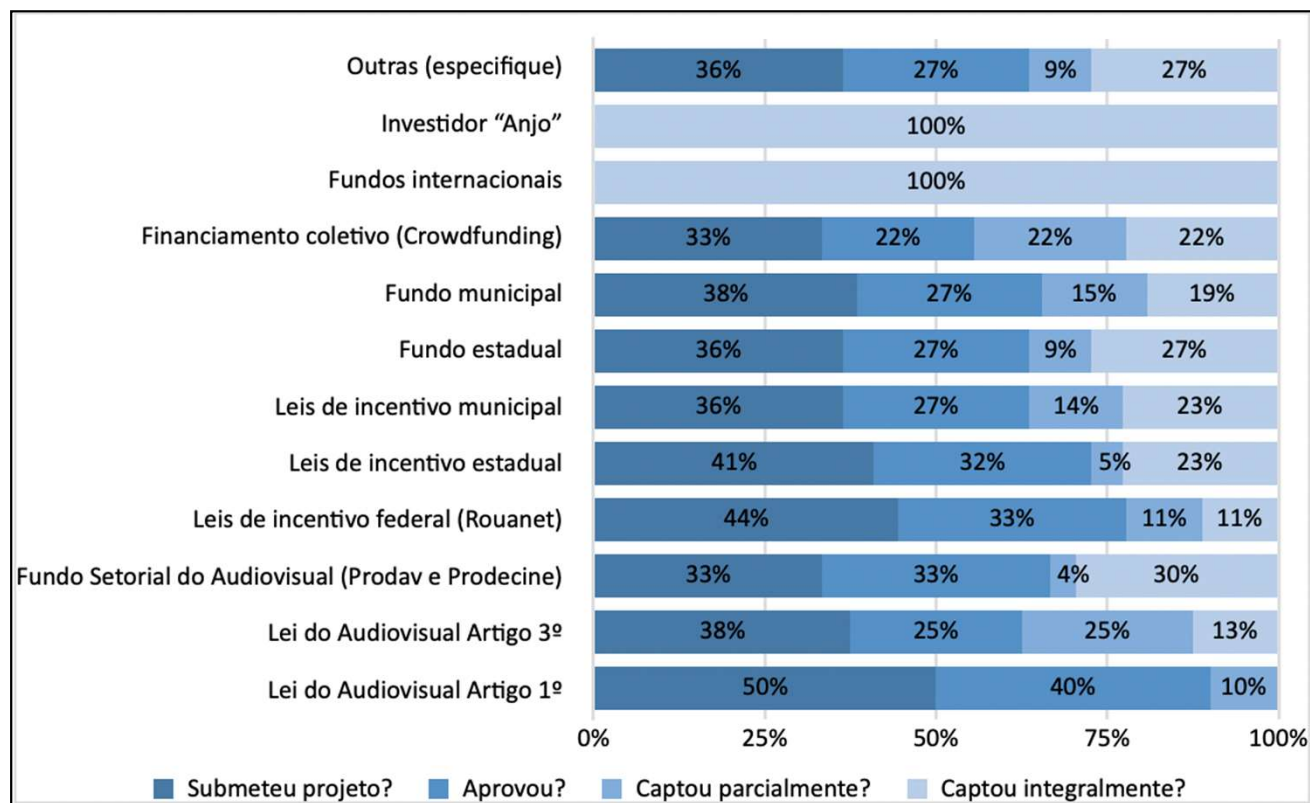
#### 2 - Qual foi aproximadamente a média do faturamento mensal da empresa entre 2017 e 2019

Tipificação	Quantidade
De R\$1 a R\$10	8
De R\$10 a R\$100	11
De R\$100 a R\$1500	4
Acima de R\$1500	12
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Jurídicas - Atuação da empresa de 2017 a 2019

Figura 7 - Formas de financiamento utilizadas entre 2017 e 2019?

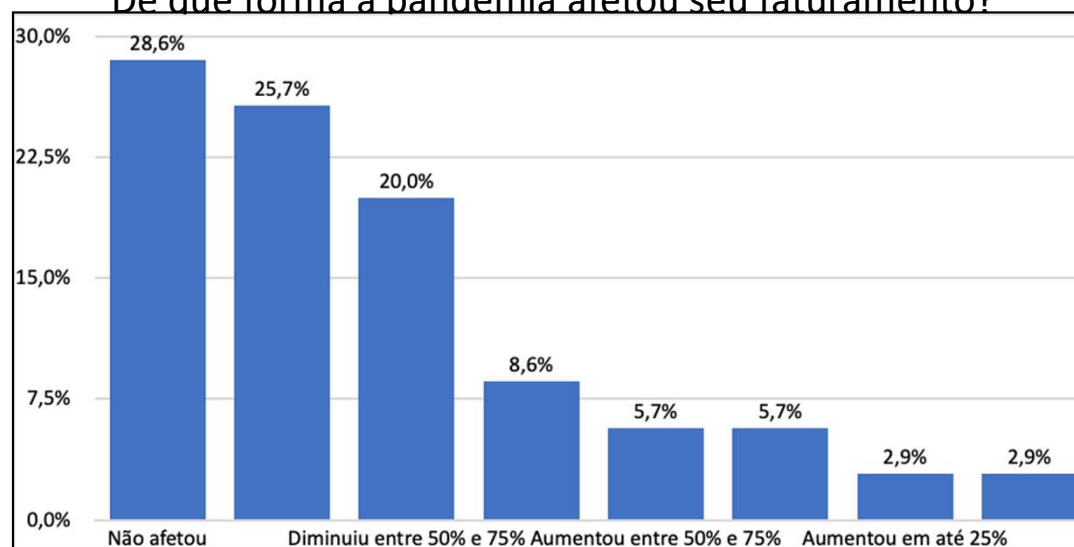


Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Jurídicas - Atuação da empresa durante a pandemia

Gráfico 8 - Questão 1, Formulário PJ  
De que forma a pandemia afetou seu faturamento?



Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Jurídicas - Atuação da empresa durante a pandemia

Tabela 19 – Receita média mensal de atuação durante a pandemia

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

2 - Em média, qual foi a receita mensal na(s) modalidade(s) de atuação durante a pandemia, em R\$?	
Tipificação	Valor
Máximo	7.079,74
Média	7.079,74
Mínimo (5 respostas)	0

Tabela 20 – Distribuição de empresas por faixas de faturamento

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

2 - Em média, qual foi a receita mensal na(s) modalidade(s) de atuação durante a pandemia, em R\$?	
Tipificação	Quantidade
De R\$1 a R\$10	7
De R\$10 a R\$100	6
De R\$100 a R\$2000	6
Acima de R\$2000	11
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária



## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

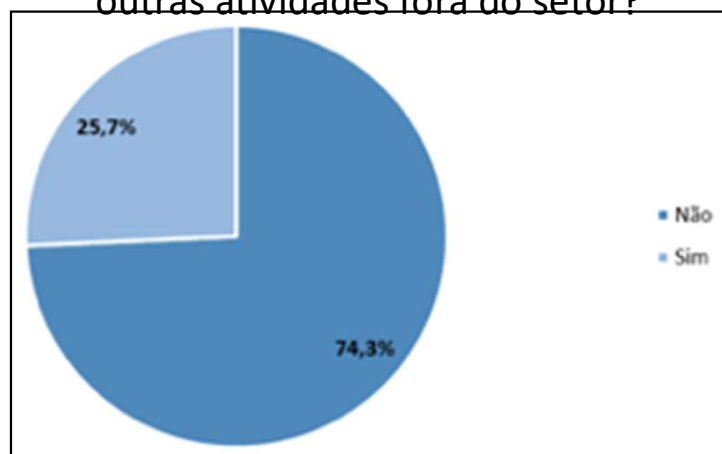
## Pessoas Jurídicas - Atuação da empresa durante a pandemia

Tabela 21 -

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

**4 - Caso tenha respondido "sim" à resposta anterior, por favor especifique.**

Gráfico 9 -  
Além das atividades de audiovisual, a empresa tem outras atividades fora do setor?



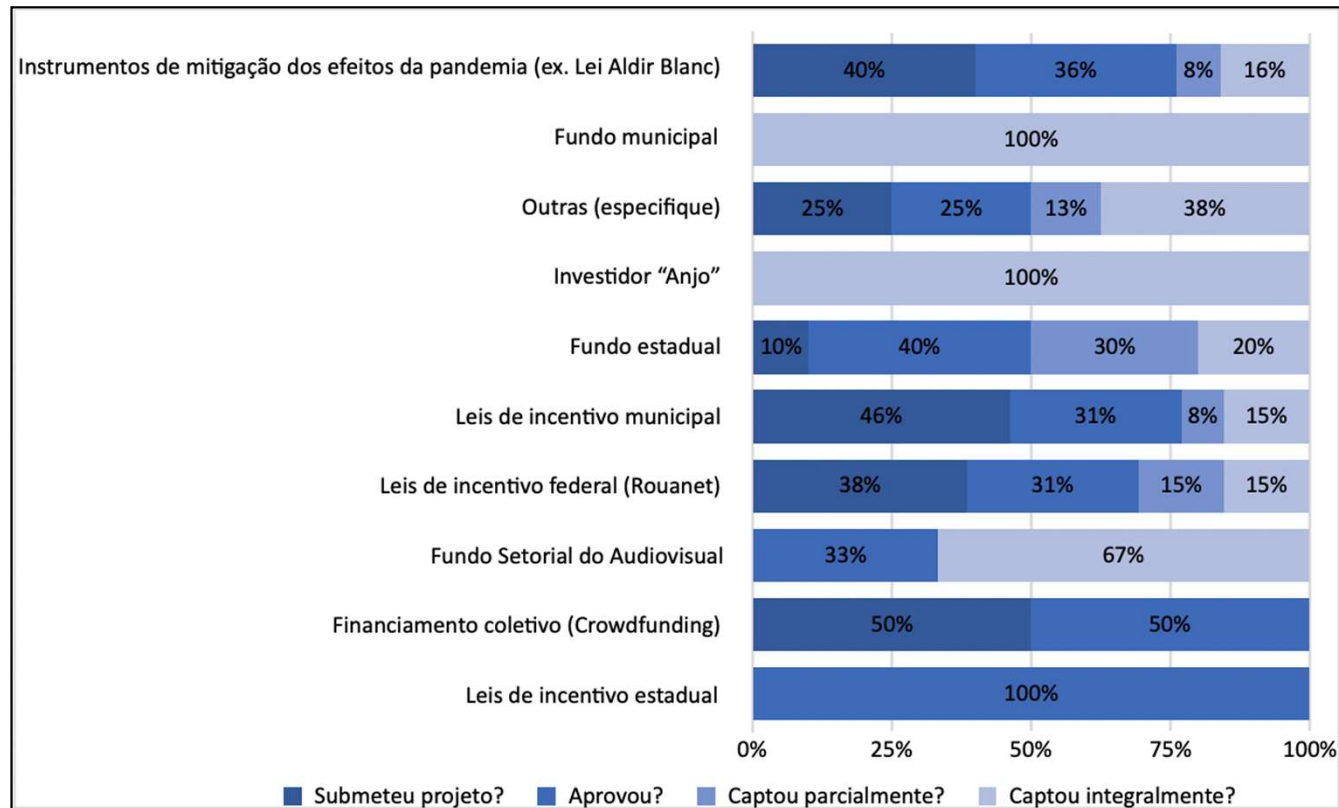
Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

Tipificação	Quantidade
Acadêmica	1
Com a pandemia e o aumento dos trabalhos de streaming (transmissão simultânea virtual) iniciei um investimento em outra área, ligado a alimentação, criação de um empório, na cidade de Caeté, Região metropolitana de BH.	1
Editorial, jornalístico	1
Ensino	1
Evento e Workshops	1
Fotografia, Gestão de Comunicação, Produção de Eventose festas e eventos	1
Fotografia, Textos, Cursos	1
Música, projetos socioculturais e eventos	1
Produção cultural	1
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Jurídicas - Atuação da empresa durante a pandemia

Figura 8 – Distribuição das formas de financiamento utilizadas durante a pandemia?



Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

# PESSOAS FÍSICAS

**Pesquisa sobre a cadeia produtiva  
do Audiovisual em Minas Gerais**

**Formulário Pessoa Física**

Realização:



## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

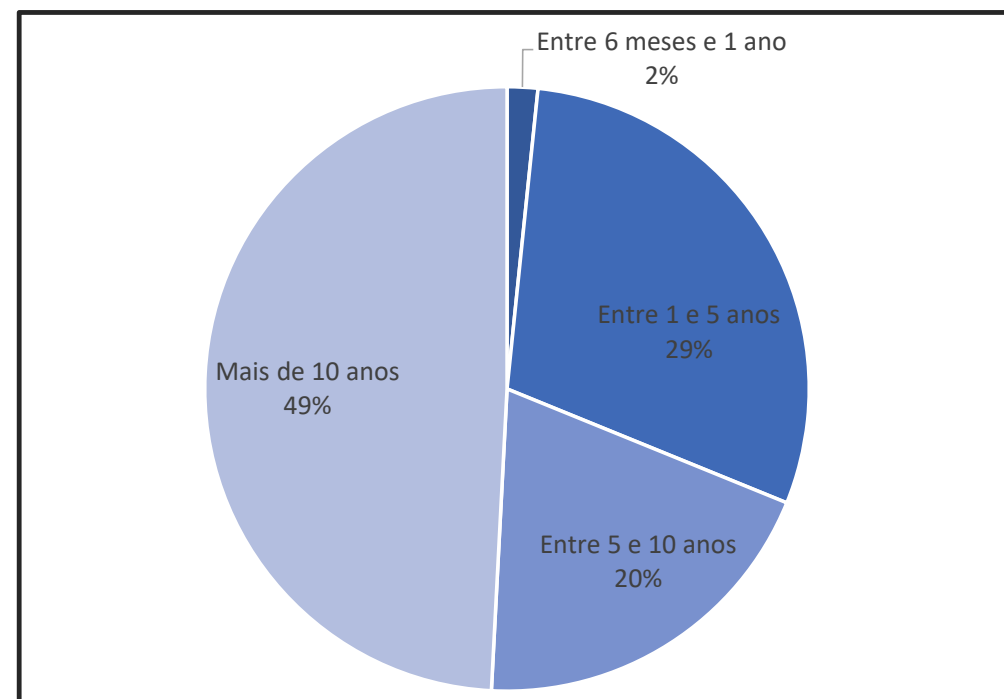
### Pessoas Físicas - Atuação no Audiovisual

Tabela 22 – Período de trabalho no audiovisual

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

Anos de trabalho com audiovisual	
Tipificação	Porcentagem
Menos de 6 meses	3.17
Entre 6 meses e 1 ano	1.59
Entre 1 ano e 5 anos	28.57
Entre 5 anos e 10 anos	19.05
Mais de 10 anos	47.62
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

Gráfico 10 - Período de trabalho com audiovisual

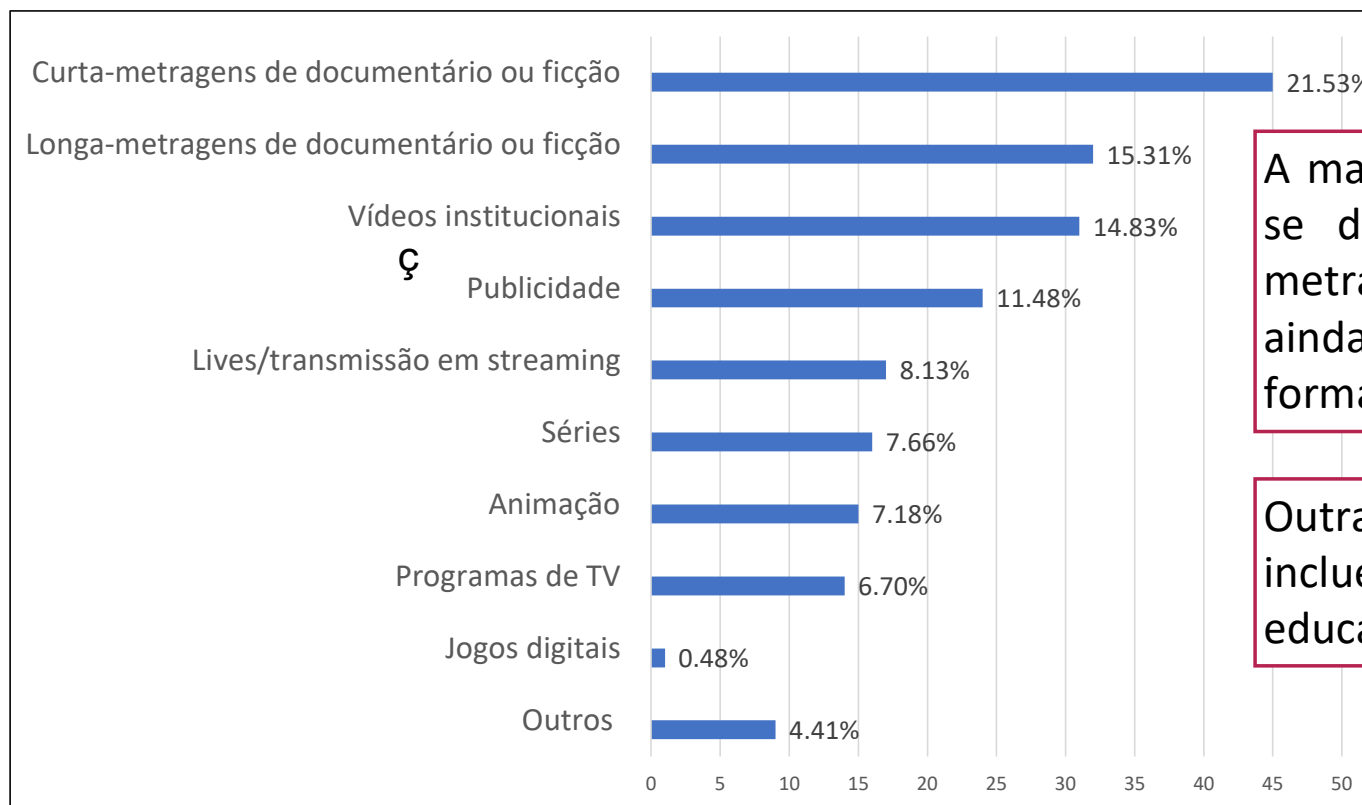


Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Físicas - Atuação no Audiovisual

Gráfico 11 - Questão 2: Qual(is) modalidade(s) de atuação no audiovisual?



A maioria dos respondentes (21,53%) se dedica à modalidade de curta-metragens de documentário ou ficção, ainda que não necessariamente de forma exclusiva

Outras modalidades de atuação incluem, por exemplo, atividades educativas, videocliques, e eventos

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Físicas - Atuação no Audiovisual

Gráfico 12 - Se atua em mais de uma modalidade no audiovisual, o início foi simultâneo nas atividades ou foi em períodos diferentes?



Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

- A maioria dos respondentes (42,86%) atua em mais de uma modalidade com início simultâneo nas diferentes atividades
- Apenas 15,87% dos respondentes atuam em apenas uma modalidade do audiovisual
- Os demais 41,27% atuam em diferentes atividades e iniciaram as mesmas em períodos distintos

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

## Pessoas Físicas - Atuação no setor de 2017 a 2019

Tabela 23 - Questão 1: Em qual(is) fase(s) da cadeia a(s) atividade(s) suas atividades se insere(m) e qual o número de produtos finalizados durante o período?

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

Modalidades do audiovisual	Pré-produção	Produção	Pós-produção	Distribuição e Comercialização	Exibição (festivais, feiras, salas de cinema, eventos do audiovisual)	Número de produtos finalizados entre 2017 e 2019
Curta-metragens de documentário ou ficção	36	39	32	16	25	34
Longa-metragens de documentário ou ficção	16	22	17	7	9	19
séries ficcionais ou documentais para plataformas e/ou TV	10	11	10	3	4	10
Animação	9	7	13	2	3	10
Publicidade	12	15	14	4	1	10
Vídeos institucionais	15	23	22	3	3	19
Jogos Digitais	1	0	0	0	0	1
Programas de TV	6	7	8	3	2	7
Outras (especifique)	14	12	12	4	6	14

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Físicas - Atuação no setor de 2017 a 2019

Questão 1: Em qual(is) fase(s) da cadeia a(s) atividade(s) suas atividades se insere(m) e qual o número de produtos finalizados durante o período?

- O maior número de produtos do setor audiovisual é na modalidade de curta-metragens de documentário ou ficção (34), sendo a atuação mais recorrente na produção (39), seguido da pré-produção (36) e pós-produção (32)
- A modalidade de Jogos Digitais é a de menor produtos finalizados, contabilizando apenas 1 durante o período, inserido na fase de pré-produção
- Video institucionais e longa-tragens de documentário e ficção apresentam o mesmo número de produtos finalizados (19), distribuídos diferentemente entre as fases da cadeia a depender da atividade em questão

Dentre as opções "Outras", as respostas foram, por exemplo:

- Video-clipes
- Instagram, Youtube, Lives
- Atividades educativas
- Eventos



## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Físicas - Atuação no setor de 2017 a 2019

Tabela 24 - Questão 4, Formulário PF

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

Qual era o seu principal tipo de vínculo empregatício?		
Tipificação	N de Respostas	Porcentagem
Contrato CLT por tempo indeterminado	3	4,76
Contrato CLT por tempo determinado	2	3,17
Empresário	8	12,7
Informal, sem MEI	10	15,87
Funcionário público	3	4,76
MEI, contratado	3	4,76
MEI, empresário individual	21	33,33
Profissional contratado(a) por tempo limitado	7	11,11
Outro	6	9,54
TOTAL	63	100

- A maioria dos respondentes (33,33%) possuía MEI como vínculo empregatício, seguido de vínculo informal (sem MEI), 15,87%, enquanto 12,70% são empresários
- Dentre as opções “outras”, voluntário, freelancer, artista independente, e bolsista foram algumas das respostas

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Físicas - Atuação no setor de 2017 a 2019: formas de financiamento

Questão 4 do questionário, 33 respondentes

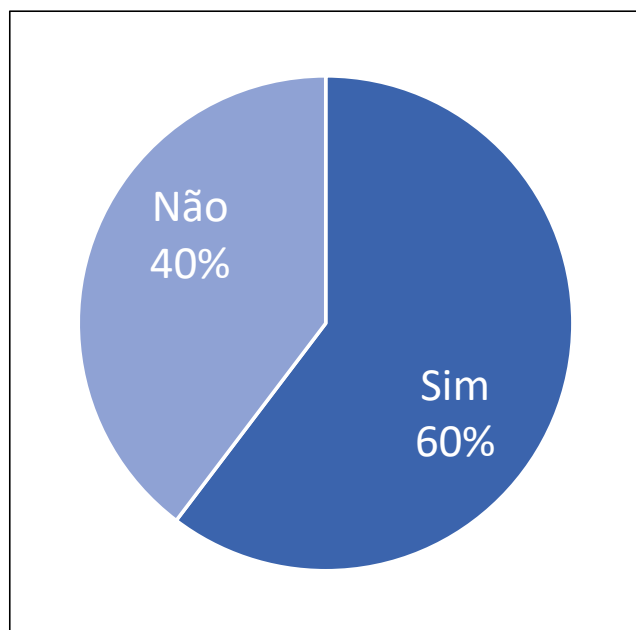
- O maior número de projetos submetidos é para a Lei de Incentivo Municipal (10), dos quais 8 projetos foram aprovados e 6 captaram integralmente o recurso
- Para a lei de incentivo estadual, 7 respondentes a utilizaram e 6 projetos foram aprovados, com 4 captando integralmente
- As demais formas de financiamento obtiveram 6-5 respostas, com em média 80% dos projetos aprovados
- Entre outras formas de financiamento, apareceram Editais do BDMG ou outras instituições, por exemplo, UFMG ou empresa privada, e arrecadação por meio de festas

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Físicas - Atuação no setor de 2017 a 2019

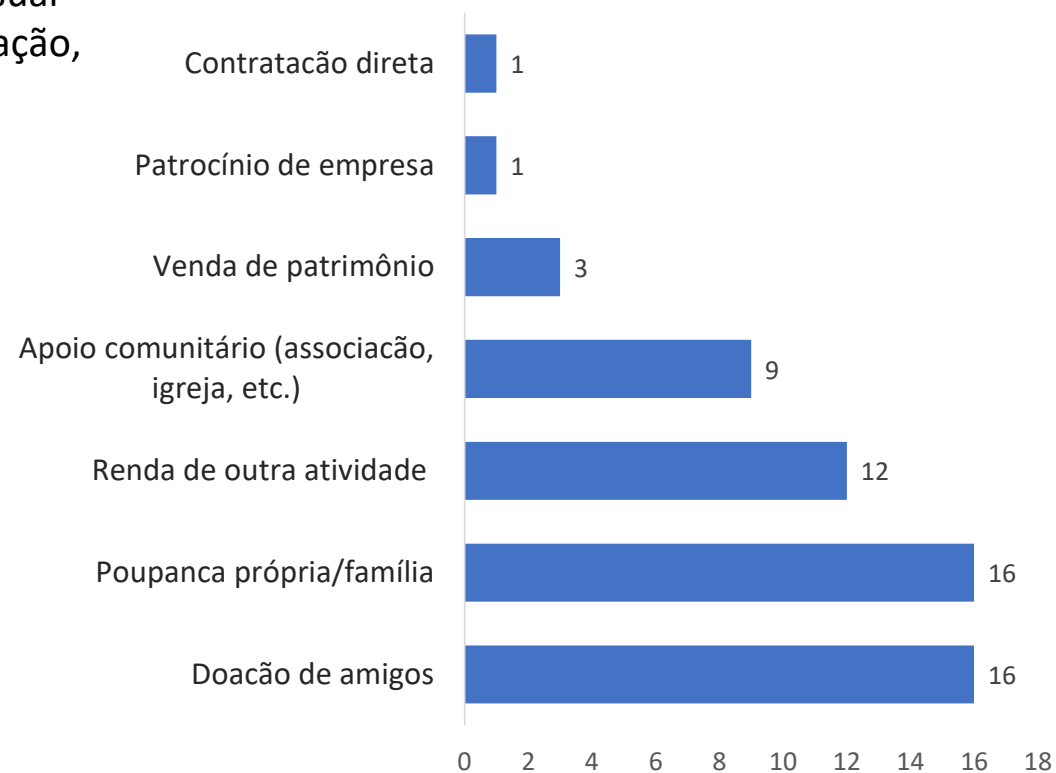
Gráfico 14 -

Entre 2017 e 2019, você desenvolveu alguma obra audiovisual somente com recursos próprios ou através de permutas, doação, apoio comunitário, etc?



Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

Gráfico 15 - Se "sim", foi por intermédio de:

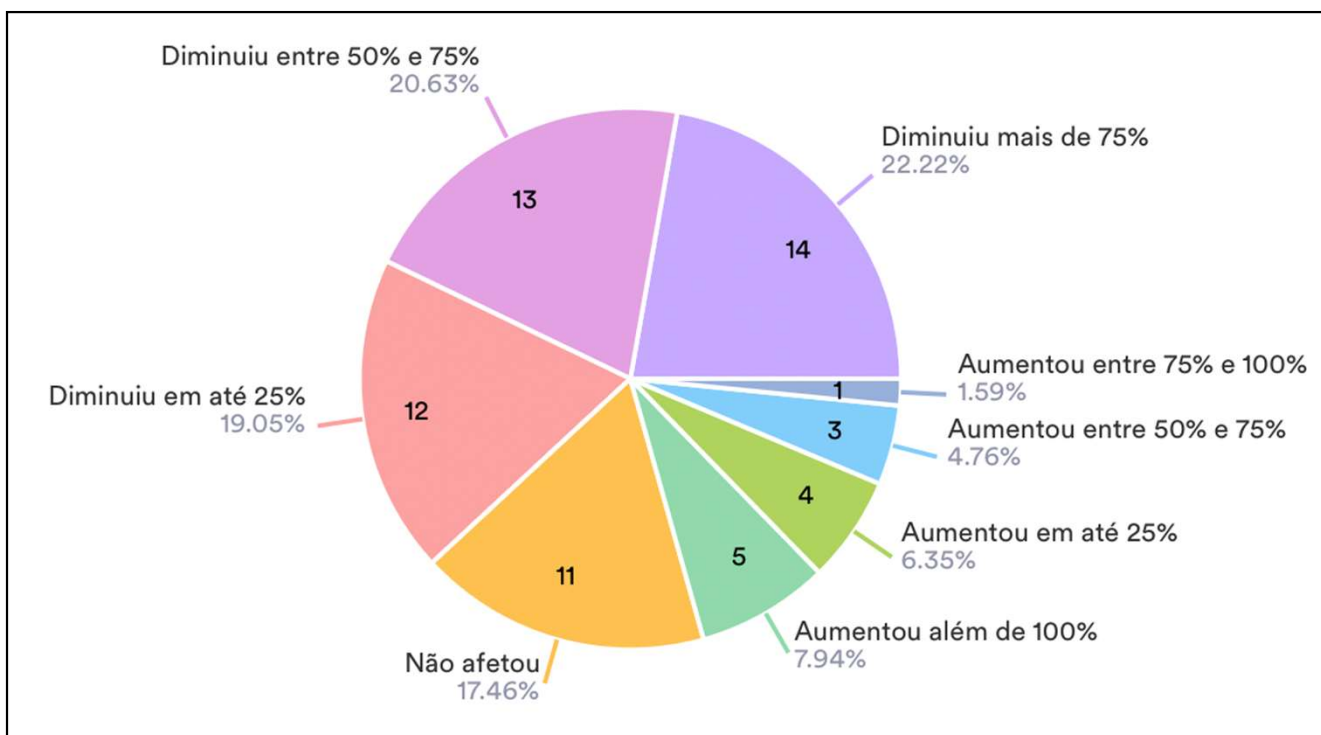


Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Físicas - Atuação no setor durante a pandemia

Gráfico 16 - De que forma a pandemia afetou sua renda?



Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

- A maioria dos respondentes, mais de 60%, afirma que durante a pandemia houve diminuição na renda
- 17,46% dizem não ter tido a renda afetada pela pandemia
- Cerca de 20% dos respondentes afirmam ter aumentado sua renda durante a pandemia

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Físicas - Atuação no setor durante a pandemia

Tabela 25 – Rendimento mensal média durante a pandemia

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

2 - Em média, qual foi a receita mensal na(s) modalidade(s) de atuação durante a pandemia, em R\$?	
Tipificação	Valor
Máximo	500.000
Média	1.500
Mínimo (7 respostas)	0

Tabela 26 – Distribuição dos respondentes pela faixa de rendimento mensal médio

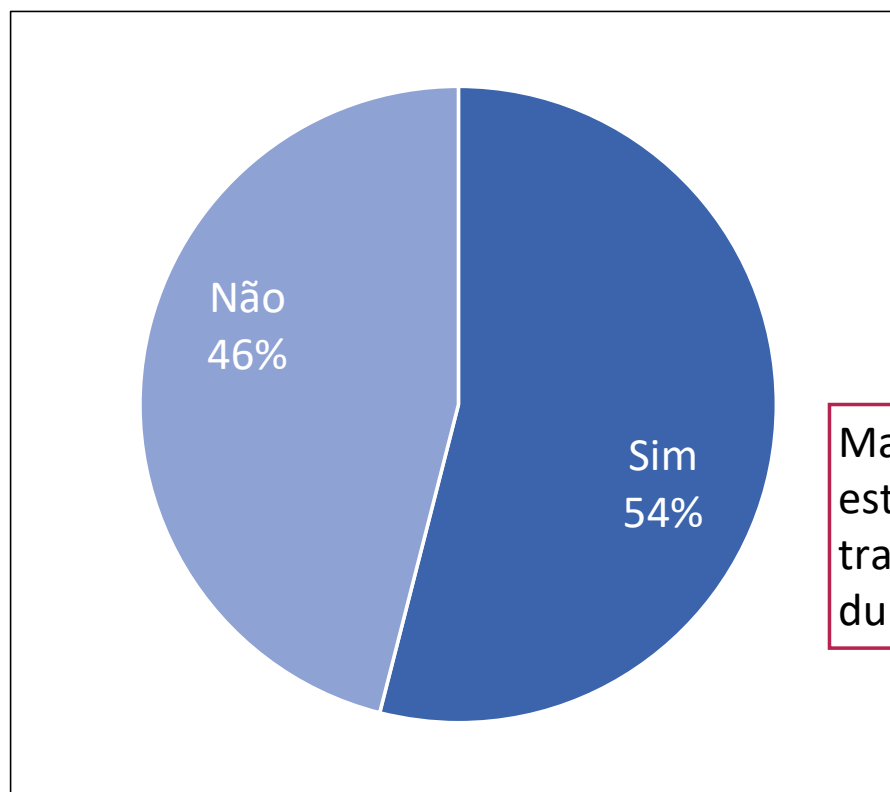
Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

2 - Em média, qual foi a receita mensal na(s) modalidade(s) de atuação durante a pandemia, em R\$?	
Tipificação	Quantidade
De R\$1 a R\$1000	15
De R\$1001 a R\$3000	27
De R\$3001 a R\$5000	6
Acima de R\$5000	7
<hr/>	
TOTAL	55

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Físicas - Atuação no setor durante a pandemia

Gráfico 17 – Distribuição de respondentes por trabalho fora do setor



Mais da metade dos respondentes estava exercendo algum tipo de trabalho fora do setor audiovisual durante a pandemia

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

## Pessoas Físicas - Atuação no setor durante a pandemia

Tabela 27 - Questão 4: Quais dessas formas de financiamento foram utilizadas durante a pandemia?

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

Modalidades do audiovisual	Pré-produção	Produção	Pós-produção	Distribuição e Comercialização	Exibição (festivais, feiras, salas de cinema, eventos do audiovisual)	Número de produtos finalizados entre 2017 e 2019
Curta-metragens de documentário ou ficção	26	33	25	10	17	26
Longa-metragens de documentário ou ficção	9	9	7	2	3	9
séries ficcionais ou documentais para plataformas e/ou TV	9	8	9	2	1	9
Animação	5	6	7	3	2	6
Publicidade	6	10	8	3	0	9
Vídeos institucionais	13	14	12	4	2	12
Jogos Digitais	0	1	0	0	0	1
Programas de TV	1	3	4	2	1	4
Outras (especifique)	18	14	14	7	6	14

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Físicas - Atuação no setor durante a pandemia

- O maior número de produtos do setor audiovisual é na modalidade de curta-metragens de documentário ou ficção (26), sendo a atuação mais recorrente na produção (33), seguido da pré-produção (26) e pós-produção (25)
- Respondentes da modalidade de Jogos Digitais informam que apenas um trabalho foi finalizado durante o período, inserido na fase de pré-produção
- Houve um aumento da opção «outras modalidades», ocupando o segundo lugar com maior número de produtos finalizados, contabilizando 14, distribuídos entre as diferentes fases da cadeia

Dentre as opções "Outras", as respostas foram, por exemplo:

- Video-clipes
- Instagram, Youtube, Lives
- Atividades educativas
- Eventos
- Questões vinculadas à pandemia, como video-aula



## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Físicas - Atuação no setor durante a pandemia

Tabela 28 - Questão 7

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

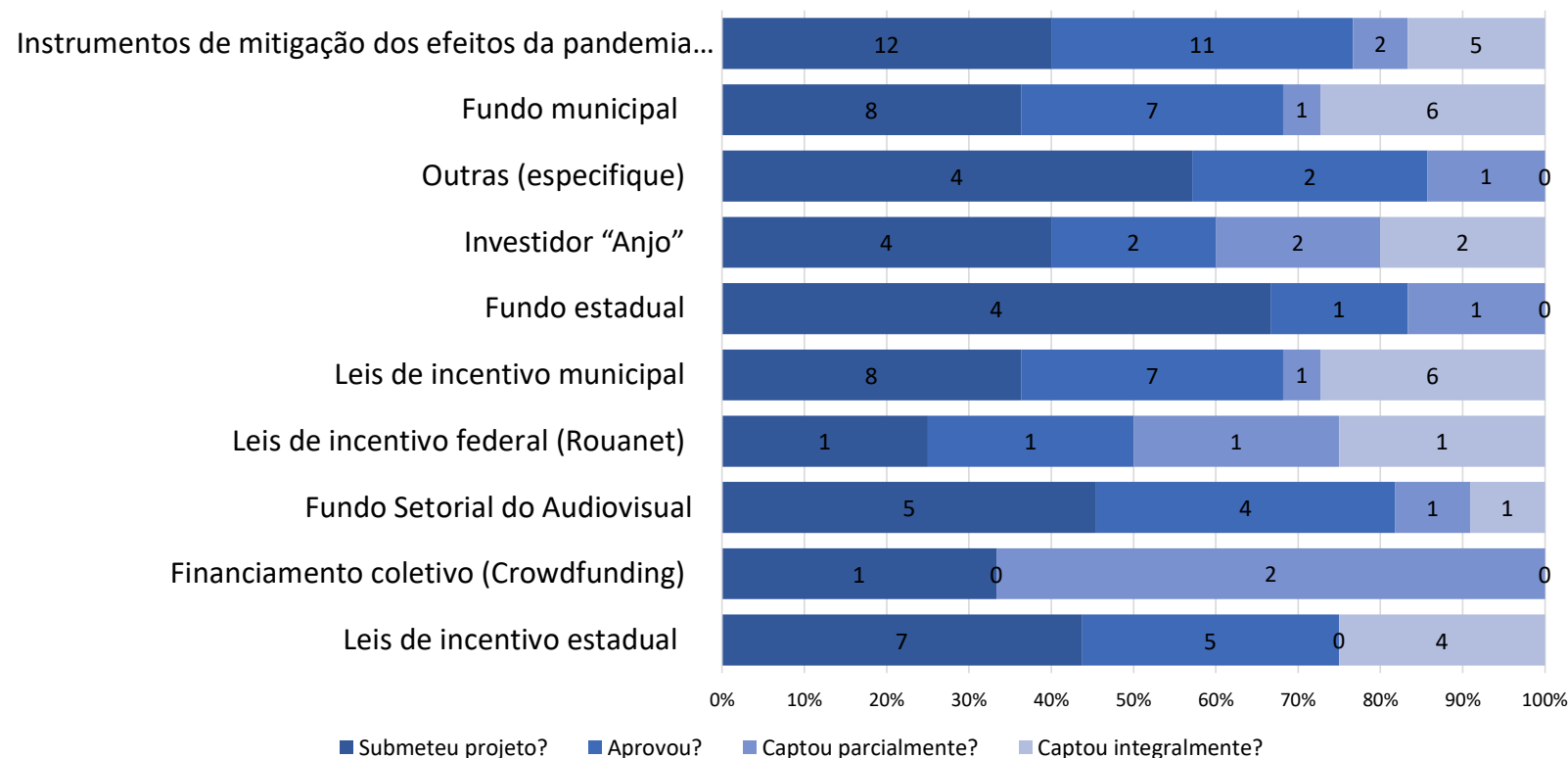
Qual era o seu principal tipo de vínculo empregatício?		
Tipificação	N de Respostas	Porcentagem
Contrato CLT por tempo indeterminado	3	14,29
Contrato CLT por tempo determinado	2	1,59
Empresário	8	11,11
Informal, sem MEI	10	11,11
Funcionário público	3	3,17
MEI, contratado	3	6,35
MEI, empresário individual	21	34,92
Profissional contratado(a) por tempo limitado	7	11,11
Outro	6	6,35
TOTAL	63	100

- A maioria dos respondentes (34,92%) possuía como vínculo empregatício MEI, seguido de 14,29% contratados CLT por tempo indeterminado
- O vínculo de informal (sem MEI) aparece na mesma proporção que empresário, com 11,11% cada
- Apenas 1 respondente respondeu desempregado durante a pandemia

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

## Pessoas Físicas - Atuação no setor durante a pandemia

Gráfico 22 - Questão 12: Quais foram os principais fornecedores em cada uma das fases/atividades de atuação entre 2020 e 2021?

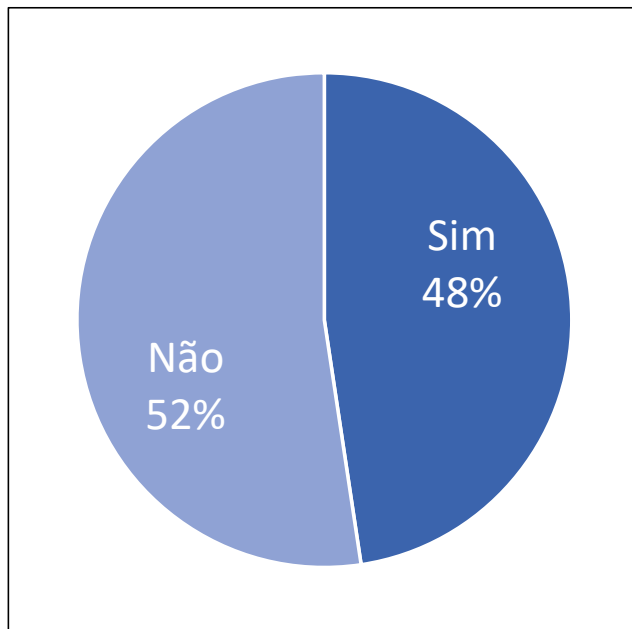


Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

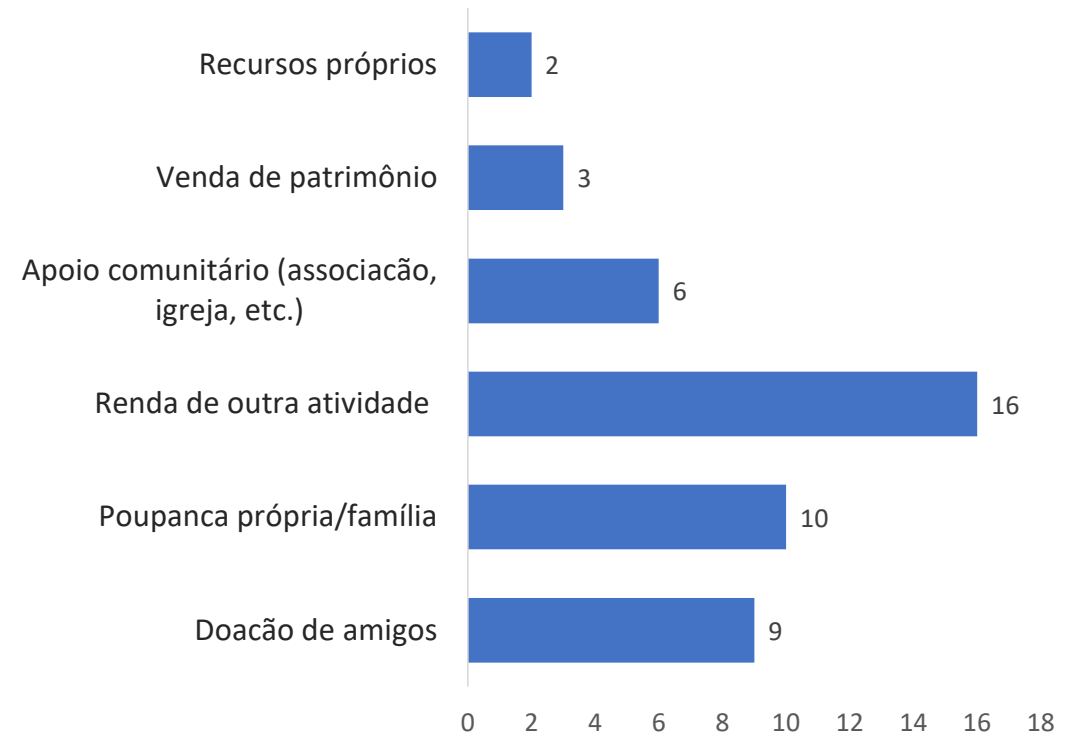
### Pessoas Físicas - Atuação no setor durante a pandemia

Gráfico 23 - Questão 15: Entre 2020 e 2021, você desenvolveu alguma obra audiovisual somente com recursos próprios ou através de permutas, doação, apoio comunitário, etc?



Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

Gráfico 24 - Questão 16: Se "sim", foi por intermédio de:

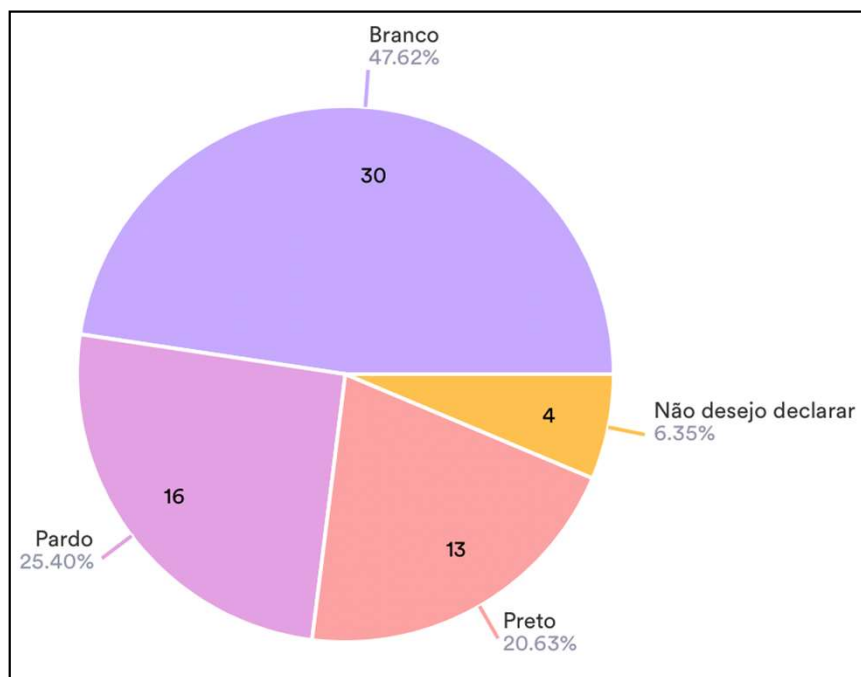


Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Físicas - Perfil do respondente

Gráfico 25 - Questão 5: Autodeclaração racial

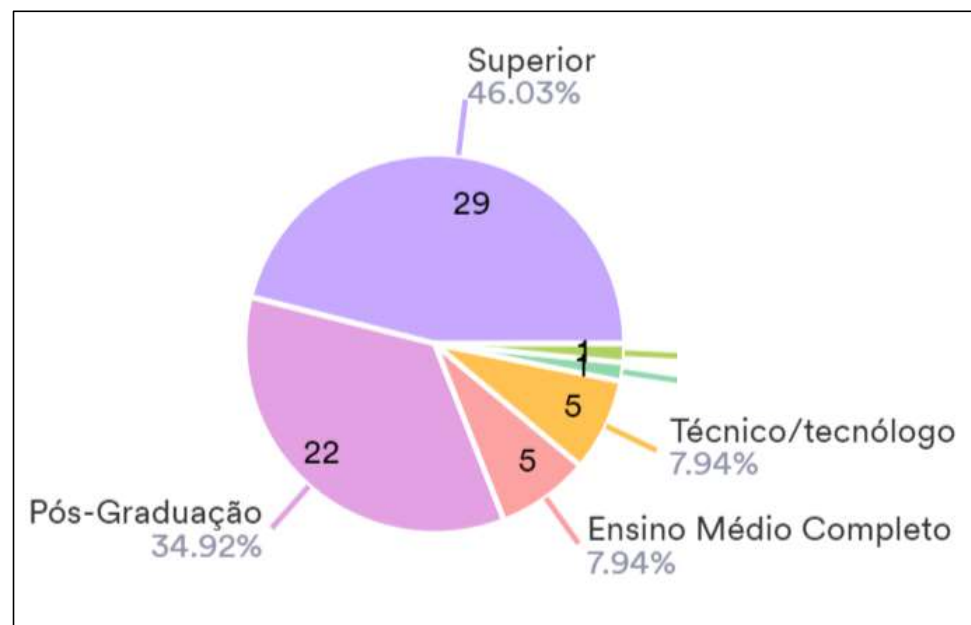


Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

Tabela 28 – Questão 2 e 3

Perfil do respondente	
Tipificação	Valor
Idade média (60 respostas)	39 anos
Gênero (59 respostas)	
Feminino	35,59%
Masculino	64,41%

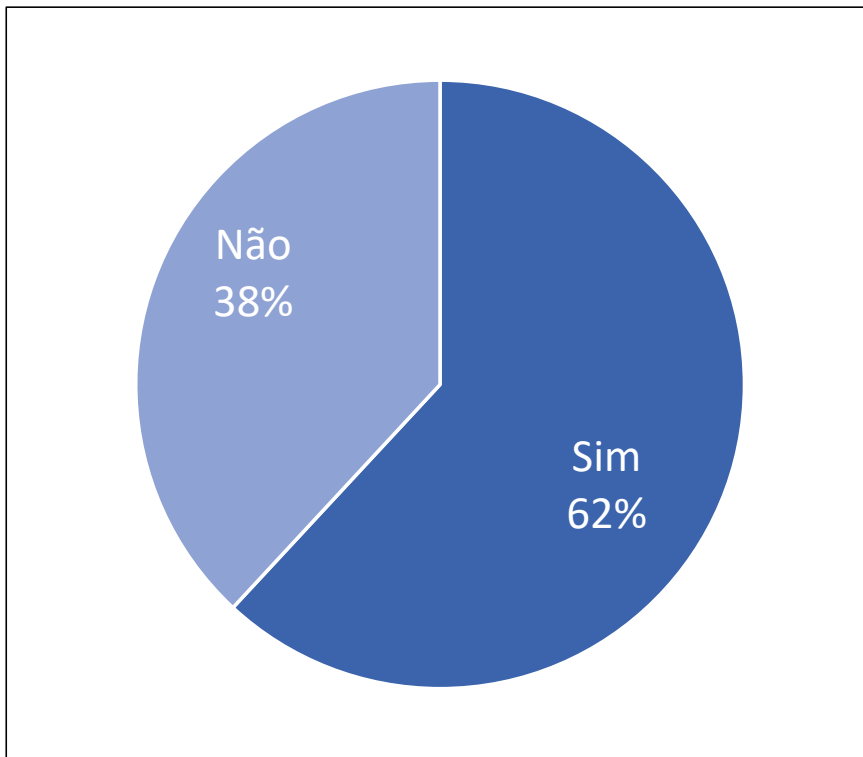
Gráfico 26 - Questão 6: Escolaridade



## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

### Pessoas Físicas - Perfil do respondente

Gráfico 27 - Questão 11: Você já frequentou alguma instituição voltada para formação no audiovisual?



Caso tenha respondido "técnico/tecnólogo" na questão sobre escolaridade, qual o seu curso de formação técnico e/ou tecnólogo?

- Moda
- Cinema
- Técnica de Segurança no trabalho
- Eletricista
- Meio Ambiente e Transações imobiliárias
- Técnico de som

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária

## 7. RESULTADOS DA PESQUISA PRIMÁRIA

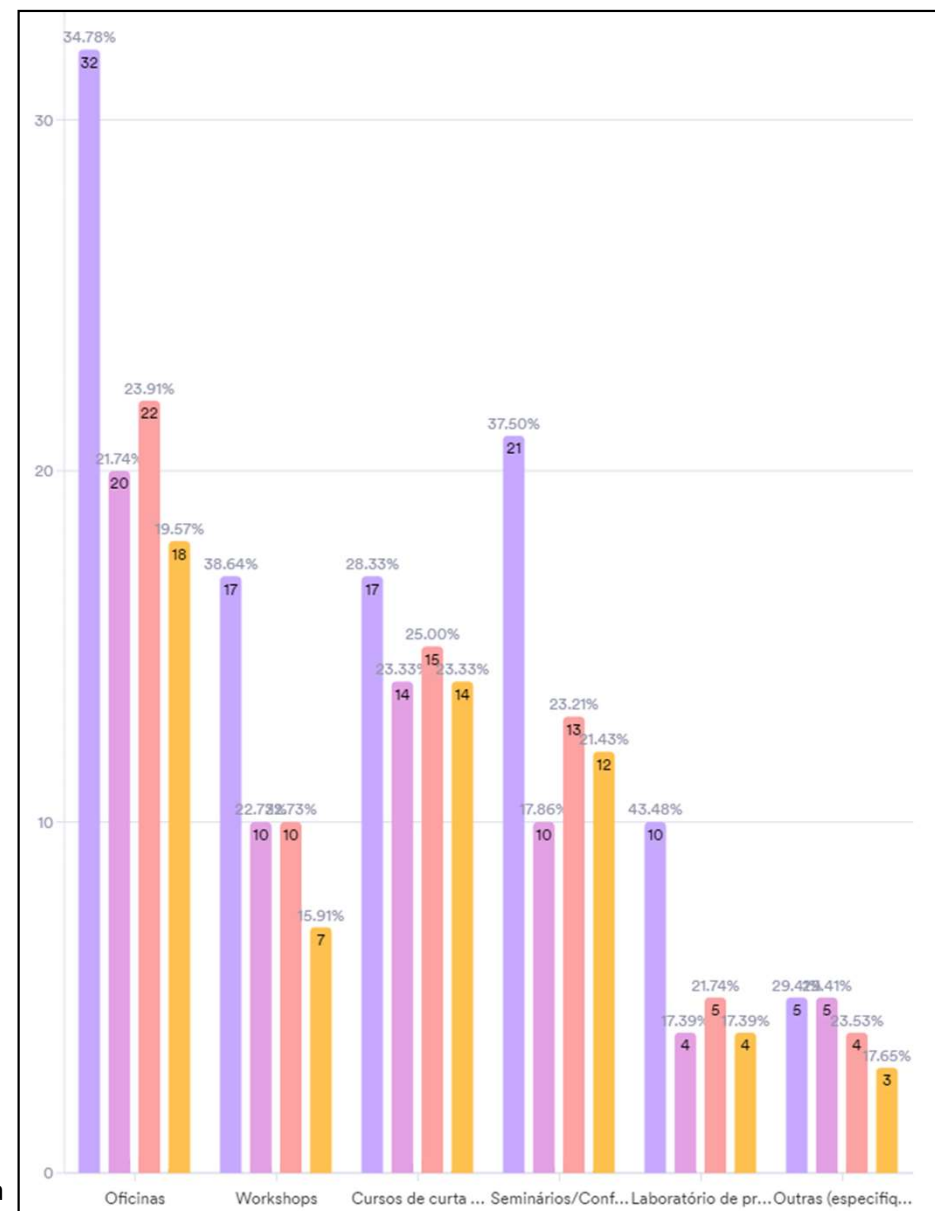
### Pessoas Físicas - Atuação no setor durante a pandemia

Gráfico 28 - Questão 13: Quais as atividades formativas complementares que você fez nos últimos cinco anos?

Dentre as opções "Outras" (questão 13 no questionário), as respostas foram as seguintes:

Durante a pandemia, acompanhei como ouvinte disciplinas de cinema de forma online da UFC e UFF, além de inúmeras lives com cineastas no Brasil (online)
Festival Ver e fazer filmes 2010/11
Exposição Artística
Estudos e elaboração de argumentos e roteiros. Nesse momento, tenho um projeto desenvolvido para a tela e outros quatro em fase de desenvolvimento, todos tratando de assuntos diferentes. Ademais desses, há outro inscrito em edital federal, nesse momento, em edital voltado para novos diretores.
Sou autodidata

Fonte: Elaborado pelos autores, dados da Pesquisa Primária



# CONSIDERAÇÕES FINAIS



## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

- Setor está em ritmo de efervescência, beneficiado pela confluência de vários fenômenos que configuram o paradigma da digitalização, quais sejam, o processamento em nuvem, a ampliação de dispositivos móveis, a convergência digital, oferta de serviços de streaming, a hiperconectividade e a expansão da velocidade na internet;
- As evidências em geral são similares, apontando seu crescimento no Estado e, particularmente, em municípios, considerando-se pelo nível de ocupação e número de estabelecimentos. As regiões da RMBH e do Triângulo Mineiro e Alto Paranaíba se destacam como polos, embora alguns municípios não situados nessas localidades também se destaquem no período entre 2014 e 2020;
- A análise dos dados secundários mostra que o segmento responsável pelos jogos e softwares estão em expansão significativa e tem uma participação grande dentre os setores analisados. Outros setores, mais tradicionais à atividade de produção audiovisual como cinema, publicidade e vídeos institucionais, apresentaram dinâmica diferente com algumas reduções e estabilidade;
- Belo Horizonte tem se despontado no cenário nacional como polo importante do setor;
- Optou-se por não resumir os dados da pesquisa primária, posto que não descreve o setor do audiovisual mineiro, em razão do baixo número de respondentes;