

Modelos de Negócio Sustentáveis na Produção Audiovisual: Um Estudo da Economia Criativa no Brasil¹

Lucca Velozo²

Universidade Anhembi Morumbi

RESUMO

Este estudo investiga a viabilidade de modelos de negócio sustentáveis na produção audiovisual brasileira, com foco em produtoras como a Globo Filmes. O texto analisa como os incentivos públicos e privados impactam a sustentabilidade financeira das produções, bem como o papel das novas plataformas de distribuição e monetização. Além disso, examina a adoção de estratégias como diversificação de fontes de financiamento, otimização de recursos e criação de parcerias estratégicas. Para a execução do projeto, serão utilizados dados de fontes secundárias e entrevistas com profissionais da indústria, sendo este primeiro texto uma discussão de aproximação com nosso objeto empírico. A análise busca destacar práticas que garantam a longevidade e o sucesso econômico das produções audiovisuais, contribuindo para o debate sobre sustentabilidade no setor e sugerindo diretrizes para políticas públicas e iniciativas privadas voltadas à economia criativa.

PALAVRAS-CHAVE: Produção audiovisual; economia criativa; sustentabilidade; modelos de negócio; Globo Filmes.

INTRODUÇÃO

A produção audiovisual no Brasil enfrenta desafios significativos para garantir a sustentabilidade econômica de seus projetos. Com a mudança no acesso a recursos

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GT16SE - Estudos audiovisuais, evento integrante da programação do 28º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 15 a 17 de maio de 2025.

² Mestrando em Comunicação 2º. semestre pelo Programa de Pós Graduação em Comunicação – Universidade Anhembi Morumbi (PPGCOM – UAM), email: lucca_silvestre_velozo@hotmail.com.

públicos e a crescente influência das plataformas digitais, a busca por modelos de negócio sustentáveis tornou-se essencial. Este estudo objetiva analisar as alternativas de financiamento e distribuição que permitam a continuidade da produção audiovisual brasileira dentro da economia criativa, identificando desafios e propondo soluções viáveis. A pesquisa examinará como filmes nacionais produzidos nos últimos cinco a dez anos adotam e implementam estratégias de sustentabilidade econômica, desde a concepção dos projetos até a distribuição dos filmes.

MÉTODOS

Para o desenvolvimento desta pesquisa, planejamos uma abordagem qualitativa, com foco no método de estudo de caso, adequado para uma análise das práticas de sustentabilidade econômica no setor audiovisual. Esse método permite a exploração das estratégias implementadas por produtoras de cinema, oferecendo uma visão contextualizada das práticas econômicas sustentáveis adotadas. A metodologia segue os princípios estabelecidos por Yin (2018), que destaca a importância de múltiplas fontes de evidência para garantir a validade da análise.

Assim, serão empregadas técnicas como revisão bibliográfica, entrevistas e análise documental, etapas atualmente em desenvolvimento. A revisão bibliográfica servirá para compreender os conceitos e práticas predominantes sobre sustentabilidade econômica na produção audiovisual. As entrevistas semiestruturadas serão realizadas com profissionais da indústria cinematográfica, como produtores executivos envolvidos em projetos da Globo Filmes, para obter uma compreensão dos desafios econômicos enfrentados. Estas entrevistas serão orientadas por questões específicas, alinhadas com os objetivos da pesquisa. A análise documental envolverá o exame de relatórios financeiros e documentos estratégicos das produtoras para entender a implementação e gestão das práticas sustentáveis.

A aplicação dessas técnicas permitirá uma análise das práticas de sustentabilidade econômica e suas implicações para o setor audiovisual. A pesquisa pretende contribuir

para a discussão acadêmica sobre a viabilidade e os impactos das práticas sustentáveis, fornecendo uma base para futuras investigações e aprofundamentos no campo.

APONTAMENTOS ATUAIS SOBRE A PESQUISA

Avaliamos que os modelos de negócio sustentáveis na produção audiovisual brasileira envolvem a combinação de financiamento público e privado. Incentivos governamentais, como leis de incentivo fiscal, continuam sendo relevantes, mas enfrentam desafios devido a cortes orçamentários e mudanças políticas. Alternativas como o crowdfunding, parcerias com marcas e licenciamento para plataformas de streaming surgem como estratégias eficazes para complementar recursos. A expansão da distribuição digital também se mostra um fator determinante para a viabilidade dos projetos, ampliando o alcance e diversificando as fontes de receita.

Nesse contexto, a atuação da Globo Filmes se destaca como um caso emblemático da adaptação da indústria audiovisual brasileira às novas dinâmicas de mercado. A empresa consolidou um modelo de coprodução que combina financiamento privado e incentivos públicos, viabilizando a realização de filmes com grande potencial comercial. Sua estratégia se baseia na sinergia com a Rede Globo e seus canais de distribuição, incluindo a televisão aberta, os serviços de streaming e o licenciamento internacional.

Entretanto, a ênfase em narrativas convencionais e no apelo ao grande público levanta debates sobre os limites da diversidade estética e temática no cinema nacional. A predominância de comédias e cinebiografias de figuras midiáticas, por exemplo, reflete a busca por um retorno financeiro seguro, mas também evidencia uma tendência de padronização do conteúdo. Esse fenômeno pode ser analisado à luz dos conceitos da indústria cultural, conforme discutido por Adorno e Horkheimer (1947), especialmente no que diz respeito à repetição de fórmulas de sucesso e à assimilação de padrões de consumo do audiovisual globalizado.

Além disso, a consolidação da Globo Filmes como agente central na produção de blockbusters brasileiros também dialoga com o processo de Remake e Reboot, uma estratégia recorrente na indústria cinematográfica internacional. A adaptação de histórias

previamente conhecidas, seja por meio de refilmagens ou de reinterpretações, contribui para reduzir os riscos de investimento e garantir a adesão do público. No Brasil, esse movimento se intensificou nos últimos anos, impulsionado tanto pelo interesse do mercado quanto pelas novas possibilidades de distribuição digital.

Diante desse panorama, a pesquisa busca aprofundar a compreensão sobre os impactos desse modelo na sustentabilidade do setor audiovisual, avaliando até que ponto ele permite o desenvolvimento de um mercado diversificado e economicamente viável, sem comprometer a inovação criativa e a valorização da produção independente.

ENCAMINHAMENTOS DE PESQUISA FUTUROS

A sustentabilidade econômica da produção audiovisual brasileira depende de estratégias diversificadas de financiamento e distribuição. Modelos híbridos, que aliam investimento público e privado, são fundamentais para garantir a viabilidade dos projetos. A pesquisa reforça a necessidade de políticas públicas mais adaptáveis e incentivos ao setor privado, bem como a exploração de novas formas de monetização digital para assegurar a sustentabilidade a longo prazo.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Chris. *The long tail: why the future of business is selling less of more*. New York: Hyperion, 2006.

FERREIRA, Fábio. *Fomentando as indústrias criativas: uma análise das políticas federais para o audiovisual no Brasil*. 2014.

GALVÃO, Alexander Patêz. *O cinema brasileiro da Retomada: a auto-sustentabilidade é possível?* 2003.

HOWKINS, John. *The creative economy: how people make money from ideas*. London: Penguin, 2001.

LANDRY, Charles. *The creative city: a toolkit for urban innovators*. London: Earthscan, 2000.