



Estudo de mercado

posicionamento da indústria do
audiovisual do Paraná

GOVERNO DO PARANÁ

Carlos Massa Ratinho Junior

Governador

Darci Piana

Vice-governador

Luciana Casagrande Pereira

Secretária de Estado da Cultura

Elietti de Souza Vilela

Diretora-geral

Laura Haddad

Diretora do Desenvolvimento de Economia da Cultura

Daniele Mariano

Coordenadora de Apoio, Fomento e Incentivo à Cultura

PRFILM COMMISSION

Luciana Casagrande Pereira

Presidente

Fernanda Schuhli Bourges

Representante da Diretoria-Geral da SEEC

Luiz Gustavo Vilela Teixeira

Secretário Executivo

Nalu do Amaral Polak

Estagiária

Ester Marçal Fér

Representante do Conselho Estadual de Cultura

ORGANIZAÇÕES DE CLASSE DA SOCIEDADE CIVIL

Jussara Locatelli

SIAPAR

Jeferson Ayetta de Miranda (suplente)

SATED

Angelo Antonio Stroparo

AVEC

Produção: Sebrae Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – 2025

DIRETORIA EXECUTIVA

Vitor Roberto Tioqueta

Diretor Superintendente

César Reinaldo Rissete

Diretor Técnico

José Gava Neto

Diretor de Administração e Finanças:

UNIDADE COMPETITIVIDADE SETORIAL

Weliton Monteiro Perdomo

Gerente

EQUIPE TÉCNICA DA COORDENAÇÃO ESTADUAL DE ECONOMIA CRIATIVA E ARTESANATO

Patricia Albanez

Coordenadora

Eduarda Lopes

Assistente

Priscila Cazarin Braga

Consultoria de gestão e articulação:

Colibri – Soluções para Organizações e Territórios Vivos

Realização: Filmhub Consultoria

Beatriz Reiter

Carol Golfeto

Flávia Gonzaga

Responsáveis Filmhub

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada deste material, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei n. 9.610)

Informações e Contatos Sebrae/Paraná Rua Caeté, 150 – Prado Velho CEP 80220-300 – Curitiba – PR www.sebraepr.com.br

Sumário

1.1. Institucional	5
1.2. O relatório e seus objetivos	5
1.3. Definições	6
1.4. Metodologia	10
1.5. Introdução	16
Resumo Executivo	19
Curitiba	21
Londrina	22
Maringá	22
Ponta Grossa	23
Foz do Iguaçu	23
2.1. Apresentação dos dados	23
Levantamento de produções audiovisuais paranaenses	23
Eixo A	23
Obras publicitárias	31
Internacionalização	32
Obras Não Paranaenses Filmadas no Paraná	34
Lei Paulo Gustavo	34
Filmes Paranaenses Lançados Comercialmente	37
Eixo B	39
Introdução	39
Desenvolvimento	39
Distribuição	40
Exibição e difusão	43
A Cadeia do Audiovisual Paranaense no Cenário Nacional	44
Eixo C	45
Formação	48
5.1 Curitiba	49
Perfis de municípios prioritários	49

Eixo D	49
Apresentação dos dados	51
Salas de exibição	53
Produtoras independentes	53
Análise SWOT	54
5.2 Londrina	55
Panorama Institucional e Políticas Públicas	55
Fomento e Investimentos Públicos	56
Produção Audiovisual	56
Produtoras Independentes	58
Análise SWOT	59
As ameaças, por sua vez, residem no ambiente competitivo regional e no risco de perda de recursos de fomento.	60
5.3 Maringá	61
Panorama Institucional e Políticas Públicas	62
Produção Audiovisual	62
Certificados de Registro de Título (CRTs)	65
Produtoras Independentes	65
Mercado de Exibição	66
Análise SWOT	66
5.4 Ponta Grossa	68
Políticas Públicas para o Audiovisual	68
Produção Audiovisual	70
Tipologia das Obras	71
Duração e Organização das Obras	72
Segmento de Mercado	73
Registros de Títulos (CRT)	73
Exibição Cinematográfica e Participação de Mercado	75
Análise SWOT	75
5.5 Foz do Iguaçu	77
Produção Audiovisual e Obras Registradas	78
Produtoras Independentes	80

Mercado de Exibição Cinematográfica_____80

Tendências recentes_____81

SWOT_____81

Considerações finais_____83

REFERÊNCIAS_____87

1.1. Institucional

Este estudo foi realizado pelo **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae/PR** em parceria com a **Secretaria Estadual de Cultura do Paraná - SEEC** através da Filmhub Consultoria.

O **Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)** é uma entidade privada que desde 1972 promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequenas empresas brasileiras. Presente em todo o território nacional, o Sebrae atua como agente de capacitação e de promoção do desenvolvimento oferecendo cursos, seminários, consultorias e assistência técnica para pequenos negócios de todos os setores.

A **Secretaria de Estado da Cultura do Paraná - SEEC** foi fundada em junho de 1979, com sede no centro da capital paranaense. Em parceria com a sociedade civil, contribui para que o público tenha acesso descentralizado e democratizado à cultura e informação, usufruindo do melhor que a Cultura do Paraná oferece.

À Secretaria de Estado da Cultura (SEEC) - Lei n.º 21.352, de 1º de janeiro de 2023 compete:

I - a formulação e implementação das políticas e diretrizes do Governo do Estado para a cultura;

(...) IV - a pesquisa, a promoção e a preservação do patrimônio cultural, histórico e artístico do Estado, material e imaterial;

(...) VIII - a formulação e articulação de políticas, programas e projetos de cultura;

IX - o fomento e incentivo à economia criativa e ao artesanato priorizando de forma difusa a geração de trabalho, emprego e renda;

1.2. O relatório e seus objetivos

Este documento faz parte do Plano Setorial do Audiovisual do Paraná, um instrumento que se integra ao Plano Estadual de Cultura (PECPR) redigido por representantes das áreas artístico-culturais do CONSEC (Conselho Estadual de Cultura - PR) em conjunto com representantes das entidades do setor.

O Plano pretende não só aprimorar a regularidade, o alcance e a eficácia das políticas públicas culturais já estabelecidas, mas também promover a implementação e criação de medidas que atendam às necessidades contemporâneas e estão refletidas nos eixos e diretrizes. O objetivo é traçar um plano para ser transformado em uma verdadeira Política de Estado para o Audiovisual, capaz de orientar ações de longo prazo através dos eixos:

1. Legislação e Incentivo para o Desenvolvimento Audiovisual;
2. Infraestrutura institucional e operacional;
3. Desenvolvimento e Produção Audiovisual;

4. Difusão, distribuição, exibição, infraestrutura e serviços;
5. Formação e Profissionalização;
6. Patrimônio, Memória e Preservação Audiovisual e
7. Internacionalização do Audiovisual.

A partir dessa iniciativa e do contrato assinado entre SEBRAE e Secretaria de Estado da Cultura – SEEC, foram designados eixos de trabalho e contratações de consultorias especializadas e com expertise tanto regional, quanto de outras regiões do Brasil.

Essa compilação foi elaborada pela Filmhub Consultoria, especializada em políticas para o audiovisual, com foco em film commissions, e é parte de contratação com o objetivo de colaborar para o fortalecimento do setor audiovisual no Paraná através do mapeamento e organização de dados relevantes para a articulação de políticas públicas para o setor.

O presente relatório tem por objetivo agrupar informações disponíveis sobre o setor audiovisual paranaense, cruzando fontes de dados, e dessa forma subsidiar a elaboração de políticas públicas destinadas ao setor – com enfoque no desenvolvimento das film commissions do estado – ao apontar elementos relevantes e, em certos momentos, identificar lacunas de dados disponíveis. O estudo não se propõe a detalhar exaustivamente todos os dados existentes sobre o setor no Paraná, mas localizar informações chave para uma compreensão do momento atual e das potencialidades do estado. Os eixos temáticos pesquisados são: produções audiovisuais (Capítulo II), cadeia produtiva (Capítulo III), diagnóstico socioeconômico (Capítulo IV) e perfil de territórios estratégicos (Capítulo V).

1.3. Definições

O presente relatório apresenta distintas categorias do setor do audiovisual, cuja definição encontra-se especificada nesta subseção para fins de organização e facilitação da leitura. Tais definições ancoram-se nas definições da Agência Nacional do Cinema (ANCINE) (2012; 2021; 2025).

- **Produções audiovisuais:** integra o conjunto de conteúdos resultantes da produção audiovisual, também denominados conteúdos audiovisuais, que consistem na fixação ou transmissão de imagens que tenham intenção de criar impressão de movimento cuja finalidade seja artística e cultural.
- **Obras em destaque:** produto da fixação ou transmissão de imagens com finalidade artística e cultural, cuja intenção é criar a impressão de movimento e que por sua relevância artística, técnica, cultural ou econômica, alcançaram visibilidade em âmbito nacional ou internacional, seja por meio de premiações, participação em festivais, ampla circulação ou impacto de público.
- **Formatos e tipos:** categorias que organizam a produção audiovisual conforme suas características formais e de exibição, tais como curta-metragem, média-metragem, longa-metragem, séries, documentários, ficções, animações, conteúdos publicitários institucionais ou transmídia. A ANCINE (2012) define:

A. Curta-metragem: aquela cuja duração é igual ou inferior a quinze minutos;

- B. Média-metragem:** aquela cuja duração é superior a quinze minutos e igual ou inferior a setenta minutos;
- C. Longa-metragem:** aquela cuja duração é superior a setenta minutos.
- D. Obra audiovisual seriada:** obra audiovisual que, sob o mesmo título, seja produzida em capítulos (ou episódios).
- E. Obra audiovisual não-seriada:** audiovisual que não se insere nos critérios de definição de obra audiovisual seriada.
- F. Obra audiovisual do tipo ficção:** obra audiovisual produzida a partir de roteiro pré-concebido cuja trama/montagem seja organizada de forma narrativa.
- G. Obra audiovisual do tipo documentário:** obra audiovisual sem roteiro pré-concebido, produzida a partir de estratégias de abordagem à realidade, ou obra audiovisual produzida a partir de roteiro pré-concebido cuja trama/montagem seja organizada de forma discursiva por voz over, texto escrito ou depoimentos de personagens reais.
- H. Obra audiovisual do tipo videomusical:** obra audiovisual produzida a partir de roteiro pré-concebido cuja trama/montagem seja organizada de forma submissa a trilha musical específica, não incluindo nesta categoria as obras constituídas principalmente por registros audiovisuais de shows ou performances musicais, mesmo que editados.
- I. Obra audiovisual do tipo animação:** obra audiovisual produzida principalmente através de técnicas de animação, cuja maioria dos personagens principais, se existirem, sejam animados.
- J. Obra audiovisual do tipo jornalística:** obra audiovisual de caráter informativo que tenha por referência fatos ou acontecimentos recentes da atualidade, cuja trama/montagem seja organizada de forma similar ao texto jornalístico como notícia, reportagem ou artigo, e cujas imagens ou sons sejam editados para e difundidos por programas jornalísticos ou por meio de catálogo em qualquer segmento de mercado.
- K. Obra audiovisual do tipo programa de auditório:** obra audiovisual constituída por uma ou mais situações, dinâmicas, quadros ou obras audiovisuais de menor duração, organizadas em auditório a partir de um ou mais apresentadores.
- L. Obra audiovisual do tipo reality show:** obra audiovisual constituída a partir de formato de obra audiovisual, cuja trama/montagem seja organizada a partir de dinâmicas predeterminadas de interação entre personagens reais.
- M. Obra audiovisual do tipo religiosa:** obra audiovisual constituída pela difusão de práticas religiosas, sejam elas manifestações, eventos, relatos, testemunhos, rituais, celebrações, cultos, sermões ou consultas religiosas.
- N. Obra audiovisual do tipo manifestações e eventos esportivos:** obra audiovisual constituída predominantemente por registro, veiculação ou transmissão de competições esportivas.
- O. Obra audiovisual de produção independente:** obra audiovisual não publicitária cuja

empresa produtora, detentora majoritária dos direitos patrimoniais sobre a obra, não tenha qualquer associação ou vínculo, direto ou indireto, com empresas de serviços de radiodifusão de sons e imagens ou empresas de comunicação eletrônica de massa por assinatura.

- **Cadeia produtiva:** conjunto de atividades interligadas que vão desde os insumos iniciais até a entrega do produto final, organizadas em segmentos consecutivos, chamados elos ou etapas. No contexto audiovisual, essa cadeia é composta, em linhas gerais, por seis etapas: desenvolvimento (ou planejamento), pré-produção, produção, pós-produção, distribuição e exibição.
- **Desenvolvimento:** refere-se à concepção estratégica do projeto audiovisual, envolvendo a definição de ideias, objetivos, público-alvo e viabilidade econômica. Essa etapa representa a base intelectual e criativa sobre a qual a obra será construída, incluindo a elaboração de roteiros, tratamentos e propostas de produção.
- **Pré-produção:** compreende o planejamento detalhado das operações necessárias para a realização da obra. Inclui a definição de equipe técnica, seleção de elenco, escolha de locações, cronogramas, orçamentos e organização logística. É o momento em que as decisões criativas e técnicas passam do conceito para a preparação concreta da produção.
- **Produção:** consiste na execução material e criativa do projeto, em que o roteiro e o planejamento são transformados em imagens, sons e experiências narrativas. Representa o núcleo operacional da cadeia produtiva, integrando recursos humanos, técnicos e tecnológicos para a concretização do conteúdo audiovisual.
- **Pós-produção:** engloba os processos de refinamento, finalização e composição do produto audiovisual. Inclui edição, mixagem de som, efeitos visuais, correção de cor e demais ajustes que consolidam a obra em sua forma final, garantindo coerência estética e comunicativa.
- **Distribuição:** refere-se à mediação entre a obra finalizada e o público, englobando estratégias comerciais, legais e logísticas para que o conteúdo alcance diferentes plataformas de exibição. Essa etapa contempla decisões sobre canais de difusão, direitos autorais, marketing e posicionamento no mercado audiovisual.
- **Exibição:** corresponde à disponibilização do conteúdo ao público, configurando-se como o momento de fruição e de retorno da obra. Inclui cinemas, televisão (aberta ou paga), serviços de streaming, home vídeo, festivais e outras formas de difusão, sendo fundamental para a formação de audiência e validação cultural e econômica do projeto. Existem distintos tipos de exibição:

A) Salas de Exibição

Conjunto de atividades encadeadas, realizadas por um ou vários agentes econômicos, necessárias à prestação do serviço de exibição cinematográfica, que consiste na projeção de obras audiovisuais em tela de grande dimensão, para fruição coletiva pelos consumidores

finais.

B) Radiodifusão de Sons e Imagens (TV Aberta)

Conjunto de atividades encadeadas, realizadas por um ou vários agentes econômicos, necessárias à prestação do serviço de radiodifusão de sons e imagens, que consiste na oferta de conteúdos audiovisuais a serem recebidos direta e livremente pelo público em geral.

C) Comunicação Eletrônica de Massa por Assinatura (TV Paga)

Conjunto de atividades encadeadas, realizadas por um ou vários agentes econômicos necessárias à prestação dos serviços de oferta de múltiplos canais de programação, cada qual com grade horária específica e linha editorial própria, por difusão linear, com qualidade de serviço geralmente garantida por rede dedicada, ofertados ao consumidor final de forma onerosa.

D) Vídeo Doméstico

Conjunto de atividades encadeadas, realizadas por agentes econômicos, necessárias para ofertar ao consumidor final, a título oneroso, obras audiovisuais em qualquer suporte de mídia pré-gravada.

E) Vídeo por Demanda (VOD)

Conjunto de atividades encadeadas, realizadas por um ou vários agentes econômicos, necessárias à oferta de um conjunto de obras audiovisuais em formato de catálogo, com linha editorial própria, para fruição por difusão não linear, em horário determinado pelo consumidor final, de forma onerosa.

Definição dos principais indicadores e categorias de análise:

- **Certificado de Produto Brasileiro (CPB):** é o registro oficial emitido gratuitamente pela ANCINE para obras audiovisuais brasileiras não publicitárias. Ele comprova a nacionalidade da obra e reúne informações básicas de identificação e titularidade. O CPB é requisito para exibição pública ou exportação da obra e para que produtoras e profissionais pontuem junto à ANCINE, habilitando-se a financiamentos e incentivos públicos. Trata-se de um indicador de produção audiovisual.
- **Certificado de Registro de Título (CRT):** também emitido pela ANCINE, é o documento que autoriza a exibição comercial de obras audiovisuais, brasileiras ou estrangeiras, nos mercados regulados pela agência. Trata-se de um indicador de circulação.
- **Fundo Setorial do Audiovisual (FSA):** fundo vinculado ao Ministério da Cultura, integrante do Fundo Nacional da Cultura, criado pela Lei nº 11.437/2006 e regulamentado pelo Decreto nº 6.299/2007, destinado ao desenvolvimento da cadeia produtiva audiovisual no Brasil. Tem como objetivos promover cooperação entre agentes econômicos, ampliar infraestrutura e salas de exibição, fortalecer pesquisa e inovação, aumentar a participação de mercado do conteúdo nacional e incentivar novos meios de difusão. Seus recursos provêm principalmente da CONDECINE e do FISTEL, e sua execução é feita por meio de ações de fomento (apoio a projetos, equalização de encargos financeiros, investimentos

em empresas e projetos, financiamento ao setor audiovisual) e de administração de recursos (BNDES, 2025)

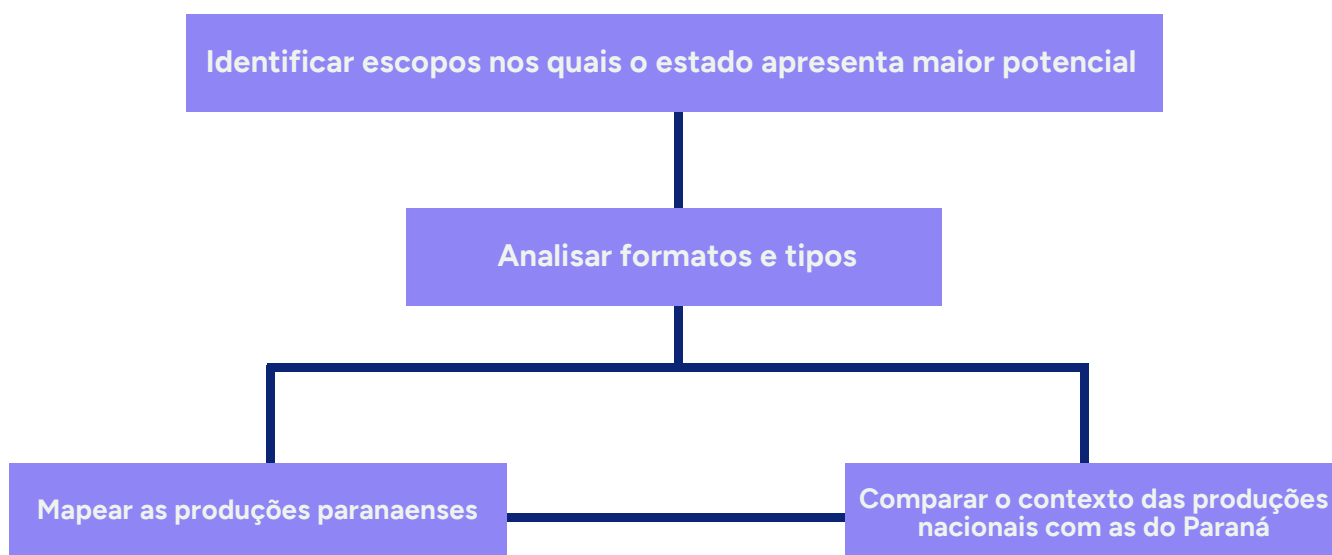
- **Lei Paulo Gustavo (LPG):** Lei Complementar nº 195/2022 tem como objetivo principal fomentar o setor cultural brasileiro. Sua execução ocorre por meio de estados, municípios e Distrito Federal, que apresentam planos de ação e acessam os recursos via editais, chamamentos públicos, prêmios ou aquisição de bens e serviços, com gestão intermediada pelo Ministério da Cultura (Brasil, 2025)

1.4. Metodologia

Os quatro eixos da pesquisa (Eixo A: Levantamento de produções audiovisuais paranaenses; Eixo B: Compilação de dados sobre a cadeia produtiva; Eixo C: Levantamento do perfil socioeconômico do setor audiovisual paranaense; Eixo D: Perfis de municípios prioritários) foram analisados por meio de abordagens quali-quantitativas e descritivas, com base em dados secundários de acesso público. Cada eixo oferece uma visão geral do estado, sendo que os eixos A e B apresentam dados sobre os casos prioritários (Curitiba, Londrina, Maringá, Ponta Grossa e Foz do Iguaçu), detalhados de forma aprofundada no eixo D.

O primeiro eixo de análise da Indústria do Audiovisual do Paraná tem como finalidade identificar o perfil das obras audiovisuais produzidas no estado para compreender o tipo de produção em que o Paraná tem maior e menor destaque e potencial. Para isso, buscou-se alcançar um conjunto de objetivos hierárquicos inter-relacionados: (1) mapear as produções paranaenses realizadas nos últimos anos e compreender o contexto das produções nacionais em comparação com as produções do estado; (2) analisar formatos e tipos e (3) analisar este conjunto de obras, com foco em identificar potencialidades do setor paranaense. O esquema abaixo apresenta a cadeia de objetivos relacionados ao primeiro eixo analítico.

Fonte: Elaboração própria



O Quadro 1 apresenta as estratégias metodológicas da coleta de dados do eixo A. Os dados analisados correspondem ao intervalo de 2002 a 2025, sendo que, para o último ano, a cobertura varia entre julho e setembro, de acordo com a atualização de cada base.

Quadro 1- Coleta de dados eixo A: levantamento de produções audiovisuais paranaenses

Dados	Métricas	Fontes
CPBs emitidos (produção não publicitária)	Total de CPBs emitidos; Participação estadual; Ranking estadual; Diferenças de produção; Concentração regional; Distribuição geográfica estadual; Evolução anual	Portal de dados ANCINE (2025)
CPBs por formato	Curtas-metragens; Médias-metragens; Longas-metragens; Obras seriadas	
CPBs por tipo de obra	Ficção; Documentário; Videomusical; Animação; Variedades; Jornalística; Programa de auditório; Religiosa; Reality show; Manifestações e eventos esportivos; Não classificadas	
Produção independente	Total de CPBs independentes; Total de CPBs não independentes	
Financiamento	Obras com apoio da ANCINE; Obras com apoio do FSA; Investimento total; Distribuição por tipo de financiamento	
Segmentos de exibição (CPBs Paraná)	TV Paga; TV Aberta; Salas de exibição; Outros mercados; VOD; Vídeo doméstico	
CRTs não publicitários	Total de CRTs emitidos; Ranking nacional; Evolução anual; CRTs por formato; CRTs por segmento	
CRTs publicitários	Total de CRTs emitidos; Evolução anual; Participação estadual; Comparação com produção não publicitária	
Internacionalização (coproduções)	Total de coproduções; Países parceiros; Participação patrimonial brasileira; Localização; Formato	
Filmes lançados comercialmente	Total de filmes; Público total; Receita total; Receita média por filme; Lançamentos por gênero; Distribuição local	
Lei Paulo Gustavo	Valor executado; Total de contemplados; Obras contempladas por tipo (curtas, longas, videoclipes)	Sites das prefeituras de Curitiba, Londrina, Maringá, Ponta Grossa e Foz do Iguaçu: 19 editais mapeados.

Fonte: elaboração própria

O segundo eixo de análise da Indústria do Audiovisual do Paraná tem como finalidade mapear a cadeia produtiva da indústria do audiovisual no estado do Paraná, levantando informações sobre as etapas de (1) desenvolvimento; (2) pré-produção; (3) produção; (4) distribuição e (5) exibição. Esse eixo é importante porque permite compreender como se estrutura e se articulam os diferentes elos da cadeia audiovisual no Paraná.

Quadro 2- Coleta de dados eixo B: mapeamento da cadeia produtiva

Dados	Métricas	Fontes
Estrutura produtiva	Número de agentes econômicos; número de produtoras independentes; número de CPBs	Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (ANCINE, OCA, 2025)
Desenvolvimento de projetos	Projetos em pré-produção ou desenvolvimento; participação em linhas de fomento do FSA; projetos contemplados em editais	Fundo Setorial do Audiovisual (FSA); editais da Lei Paulo Gustavo (LPG) colhidos nos sites das prefeituras de Curitiba, Londrina, Maringá, Ponta Grossa e Foz do Iguaçu.
Distribuição	Número de distribuidoras; títulos lançados; público alcançado; renda gerada	ANCINE (2025); editais da LPG colhidos nos sites das prefeituras de Curitiba, Londrina, Maringá, Ponta Grossa e Foz do Iguaçu.
Emprego e valor econômico	Número de trabalhadores criativos; estimativa de contribuição para PIB	Estudo sobre Emprego no Setor Audiovisual (ANCINE, 2019); Observatório Itaú Cultural (2021, 2024)
Exibição e difusão	Número de salas; público de cinema; renda de bilheteria; cobertura em plataformas VOD	Informe do Mercado Cinematográfico (ANCINE, 2024) e portal ANCINE (2025)
Eventos de mercado, mostras e festivais	Quantidade de eventos; iniciativas apoiadas; módulos específicos contemplados	Sites das prefeituras de Curitiba, Londrina, Maringá, Ponta Grossa e Foz do Iguaçu
Cadeia audiovisual paranaense	Integração dos elos da cadeia: criação, desenvolvimento, distribuição, exibição, difusão	Compilação de dados secundários e públicos; ANCINE; Observatório Itaú Cultural; registros estaduais

Fonte: elaboração própria

O terceiro eixo de análise do setor no Paraná consiste no Levantamento Socioeconômico da Indústria do Audiovisual. O objetivo é mapear o ambiente atual do setor, com foco na identificação de características essenciais para o entendimento do seu perfil, para tanto utiliza-se as seguintes dimensões:

1) Caracterização econômica

Compreende o mapeamento de aspectos econômicos relevantes do setor. Os aspectos econômicos incluem o perfil das empresas, sua atuação na cadeia produtiva e os vínculos com outros setores da economia. O objetivo é gerar informações sobre o grau de estruturação do setor e sua dinâmica de mercado.

2) Caracterização social

Compreende o levantamento de aspectos sociais e demográficos. Trata-se do mapeamento do perfil de empresários e trabalhadores, incluindo dimensões de representatividade e inclusão (gênero, raça, idade, etc), formação profissional e rendimentos.

3) Condições de desenvolvimento do setor e de acesso a produtos culturais

O fortalecimento do setor audiovisual depende de um conjunto de condições para a criação, produção, distribuição e exibição/circulação de produtos e serviços audiovisuais. O objetivo é levantar algumas dessas condições.

Quadro 3- Coleta de dados eixo C: levantamento socioeconômico

Dados	Métricas	Fontes
Participação do Paraná no setor cultural brasileiro	Percentual de unidades locais de empresas culturais no estado (2011 e 2021); crescimento percentual	Sistema de Informações e Indicadores Culturais (SIIC/IBGE) SIIC/IBGE SIIC/IBGE
Emprego formal no setor cultural	Número de trabalhadores assalariados; participação estadual no total nacional; concentração em Curitiba	
Remuneração média	Salário médio mensal no setor cultural (estado e capital); variação percentual 2011–2021	

Empresas no setor audiovisual	Número de unidades locais; crescimento em dez anos; classificação por porte e CNAE	SIIC/IBGE; Receita Federal; Relação Anual de Informações Sociais (RAIS); SEBRAE
Pessoal ocupado no setor audiovisual	Número de trabalhadores empregados; evolução temporal 2011–2021	SIIC/IBGE; SEBRAE
Endividamento do setor	Número de empresas com dívidas ativas; volume total; dívida média por empresa; evolução temporal (2019–2024)	RAIS, SEBRAE
Perfil dos profissionais empregados	Distribuição por gênero, cor/raça, escolaridade; percentual de empregados por empresa	RAIS/MTE; SEBRAE.
Especialização das empresas	Percentual de empresas especializadas (1–2 CNAEs), semi-especializadas (3–5 CNAEs), generalistas (>5 CNAEs)	RAIS, SEBRAE
Formação profissional	Número de cursos técnicos e superiores ativos no domínio do audiovisual.	MEC;

Fonte: elaboração própria

O eixo D apresenta os perfis de municípios prioritários: Curitiba, Londrina, Maringá, Ponta Grossa e Foz do Iguaçu enquanto territórios estratégicos para o desenvolvimento do audiovisual no Paraná.

A seleção desses cinco municípios tem como referência justificadora o Relatório Técnico – Municípios para Film Commission (SEBRAE/SEEC-PR, abril de 2025), que identificou tais localidades como polos prioritários para a consolidação de estruturas de governança fílmica no estado, devido à sua relevância produtiva, institucional e territorial.

A seleção dos casos de Curitiba, Londrina, Maringá, Ponta Grossa e Foz do Iguaçu foram orientados por três eixos principais de avaliação, operacionalizados por múltiplos critérios, conforme o Quadro 4:

Quadro 4- Critérios de Análise territórios estratégicos do Paraná

Eixo	Critérios Utilizados	Fonte de dados
Cadeia Produtiva do Audiovisual	- Empresas com atividade principal no setor audiovisual- Nível de maturidade empresarial- N° de empregos formais (RAIS 2023)- N° de agentes econômicos registrados na ANCINE (critério inserido após a reunião de 11/04)- N° de produções em execução com recursos da LPG- N° de agentes culturais do audiovisual (PJ) (SIC)- N° de cursos superiores e técnicos relacionados	ANCINE, SEBRAE e RAIS (2023)
Infraestrutura e Atratividade (Potencial Cenográfico)	- Hotelaria- Alimentos e bebidas/restaurantes- Atratividade cenográfica (potencial cenográfico)- Comunicação: n° de pontos com cobertura 5G- Locadoras de veículos/ transportes turísticos- Distância dos aeroportos e tipo de aeroporto que atende	
Territorialidade, Comprometimento e Capacidade de Suporte	- Macrorregião- Interesse do município- Políticas públicas existentes ou em desenvolvimento	

Fonte: elaboração própria

Tais critérios foram empregados para a análise de 20 municípios, dos quais 8 principais foram selecionados. Destes oito destacaram-se cinco: **Curitiba** concentrava produtoras independentes de maior nível registradas na ANCINE; **Londrina** apresentava melhor cadeia produtiva, com alto número de empresas e empregos formais; **Foz do Iguaçu** apresentava forte infraestrutura e atrativos cenográficos; **Maringá** foi classificada como o município em 3º lugar na ordem estratégica geral; e **Ponta Grossa** como o 4º, destacando-se pela alta maturidade empresarial. Desta forma, tais regiões foram selecionadas para avaliação por caracterizarem-se como regiões estratégicas no território paranaense.

O conjunto de informações coletadas sobre os quatro territórios permitirá identificar oportunidades e fraquezas para o desenvolvimento do setor na região. Para tanto, será utilizada a matriz FOFA, originada da expressão em inglês SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), uma ferramenta de gestão de projetos que organiza os fatores internos (forças e fraquezas) e externos (oportunidades e ameaças) de forma estruturada, apoiando a tomada de decisões estratégicas e a definição de ações mais eficazes. As **forças** correspondem aos aspectos positivos internos que conferem vantagem ou fortalecem o desempenho, enquanto as **fraquezas** representam limitações internas que dificultam o

alcance dos objetivos. As **oportunidades** são fatores externos que podem ser explorados para crescimento ou melhoria, e as **ameaças** são fatores externos que representam riscos ou desafios à iniciativa.

O objetivo desta análise é compreender a dinâmica e o estágio de desenvolvimento do audiovisual em cada território, evidenciando como essas cidades representam diferentes modelos de organização, maturidade produtiva e articulação institucional.

Juntas, elas configuram um mapa da diversidade e do potencial do audiovisual paranaense, compondo uma rede territorial que combina capacidade criativa, infraestrutura, políticas públicas e atratividade de locações.

Assim, este capítulo busca oferecer um retrato analítico do audiovisual paranaense a partir de evidências quantitativas (ANCINE) e qualitativas (gestão pública municipal), destacando as potencialidades, desafios e direções estratégicas que sustentam o papel dessas cinco cidades na formação do setor audiovisual paranaense.

1.5. Introdução

O setor audiovisual é, cada vez mais, reconhecido como um dos pilares da economia criativa e um vetor estratégico de desenvolvimento econômico, cultural e simbólico. Ao unir arte, tecnologia, comunicação e negócios, o audiovisual promove a circulação de ideias, gera empregos qualificados, fomenta inovação e fortalece a identidade cultural de uma região. No Brasil, esse setor vem passando por uma transformação significativa nos últimos anos, tanto pelo avanço de políticas públicas estruturantes quanto pela intensificação de processos de digitalização e internacionalização, além de mudanças na estrutura do setor ao redor do mundo, trazida pela chegada das plataformas de streaming.

De acordo com relatório da Olsberg SPI (2020), os gastos globais do audiovisual em 2019 foram estimados em US\$ 177 bilhões, mas, quando considerados os efeitos indiretos e induzidos, o impacto econômico total chegou a US\$ 414 bilhões. Isso ocorre porque, para cada dólar investido diretamente no setor, mais de dois dólares adicionais são gerados em diferentes áreas da economia. Já em 2024, estima-se que os gastos globais do audiovisual chegaram a US\$ 247 bilhões (OSLBERG SPI, 2024).

A presença crescente de plataformas de streaming, o fortalecimento da legislação setorial e o surgimento de novos mecanismos de fomento marcam um cenário de ampliação das oportunidades e complexificação do ecossistema audiovisual nacional. Esse contexto tornou ainda mais evidente a necessidade de dados precisos, sistematizados e territoriais sobre o setor, especialmente em regiões fora dos grandes centros de produção.

Historicamente, a informalidade — característica da cadeia produtiva audiovisual — tem dificultado a coleta e o monitoramento de dados confiáveis, prejudicando o planejamento e a eficácia de políticas públicas. Nesse ponto, estruturas como as film commissions ganham mais relevância: além de promover a atração de filmagens, articulam os agentes do setor e se tornam núcleos de coleta e organização de informações. O surgimento da REFIC (Rede de Film Commissions do Brasil) e a articulação para a criação de uma Film Commission Nacional indicam um movimento de institucionalização importante, espelhado por experiências exitosas como a Spcine, em São Paulo, e pelas diretrizes da Lei Paulo Gustavo (LPG), que

representou um dos maiores investimentos diretos da história brasileira no setor cultural.

Aprovada em 2022 como resposta à crise causada pela pandemia, a Lei Paulo Gustavo destinou R\$ 3,86 bilhões à cultura, sendo cerca de 70% especificamente voltados ao audiovisual, com ações voltadas à produção, capacitação, preservação e difusão. Seu impacto foi crucial para reativar o setor em todos os estados e municípios do país, especialmente nas regiões com menor histórico de investimento público. A LPG complementa e fortalece outras políticas estruturantes, como a Lei Aldir Blanc, o FSA (Fundo Setorial do Audiovisual), os mecanismos de fomento regionais e as cotas de programação e exibição de conteúdo nacional.

A relevância do setor audiovisual na economia brasileira é expressiva e continua em crescimento. De acordo com o estudo mais recente da Oxford Economics (2024), o setor movimentou R\$ 70,2 bilhões no PIB nacional — o equivalente a 0,6% da economia do país — e gerou 608.970 empregos entre diretos, indiretos e induzidos. A atividade direta, que inclui produtoras, redes de transmissão, serviços de pós-produção e profissionais autônomos, foi responsável por R\$ 31,6 bilhões em valor adicionado e 121.840 empregos formais, com uma remuneração média mensal de R\$ 6.800,00 – 84% acima da média nacional.

O estudo também destaca um poderoso efeito multiplicador: para cada R\$10 milhões gerados diretamente, há uma contribuição adicional de R\$12 milhões na economia, resultando em um fator multiplicador do PIB de 2,2. Em termos de empregos, cada trabalhador diretamente vinculado ao setor audiovisual sustenta, em média, quatro outros postos de trabalho em diferentes setores, com um fator multiplicador de 5,0. Além disso, a produtividade individual dos profissionais do audiovisual é 3,5 vezes superior à média da economia formal brasileira.

O potencial do setor vai além da economia direta e alcança também o turismo, em especial o chamado "turismo de tela". Locais exibidos em produções de cinema e televisão geram interesse internacional, impulsionando o fluxo de visitantes. Exemplos globais como "O Senhor dos Anéis" na Nova Zelândia, "Emily em Paris" na França e os parques temáticos da Disney e Universal nos Estados Unidos demonstram esse impacto com clareza. No Brasil, o fenômeno também se confirma: após a estreia do remake da novela Pantanal em 2022, o turismo na região aumentou em 100%. De forma semelhante, a novela O Outro Lado do Paraíso provocou um aumento de 80% nas buscas por informações sobre o Tocantins. Segundo uma pesquisa da Expedia, 53% dos viajantes afirmaram ter planejado ou pesquisado uma viagem após ver o local em uma série ou filme.

Esses dados e fenômenos ilustram como o desenvolvimento de uma indústria audiovisual nacional estruturada, descentralizada e qualificada tem impactos que extrapolam a cadeia produtiva direta e reverberam na economia de forma ampla — inclusive no turismo, na educação, na tecnologia e na formação de imagem internacional do país.

De acordo com o Anuário Estatístico do Audiovisual Brasileiro de 2024, produzido pela ANCINE, o setor apresenta sinais consistentes de recuperação. O número de salas de cinema em funcionamento atingiu 3.510, o maior da série histórica. O público cresceu 9,8% em relação a 2023, atingindo 125,3 milhões de ingressos vendidos, e a receita aumentou 6,2%, somando R\$ 2,5 bilhões (valores corrigidos pela inflação). Também houve aumento no número de canais de TV por assinatura ativos, no volume de obras brasileiras exibidas, e no

tempo total de programação ocupado por essas obras.

Indicadores como o número de Certificados de Produto Brasileiro (CPB), o tempo de programação na TV Paga com obras nacionais e o número de obras registradas na ANCINE demonstram um esforço contínuo de fortalecimento da produção local. A emissão de 3.834 CPBs em 2024 renovou o recorde da série histórica pelo segundo ano consecutivo. Tais dados reforçam o momento de consolidação e retomada da atividade produtiva audiovisual no país.

Nesse contexto, o Paraná desponta como uma das regiões com potencial de desenvolvimento no setor. De acordo com o Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social (IPARDES), o estado constitui a quinta maior economia estadual do país, respondendo por cerca de 5% da população nacional. Com 399 municípios e uma população superior a 11 milhões de habitantes, o Paraná possui uma economia robusta e diversificada, com destaque para os setores industrial, agropecuário, de serviços e, mais recentemente, de tecnologia e inovação. A cultura, embora ainda subfinanciada em diversas regiões do estado, desempenha papel central na identidade regional e na geração de valor simbólico e econômico.

Em 2023, foi institucionalizada a Paraná Film Commission (PrFilm Commission) por meio do Decreto Estadual 3000/2023, subordinada à SEEC. A PrFilm Commission é presidida pela Secretária de Estado da Cultura e também composta por representantes da Diretoria-Geral da SEEC, da Coordenação de Apoio, Fomento e Incentivo à Cultura (CAFIC), do Conselho Estadual de Cultura, do Sindicato da Indústria do Audiovisual do Estado do Paraná (SIAPAR), do Sindicato dos/as Trabalhadores/as das Cênicas e do Audiovisual no Paraná (SATED) e da Associação de Vídeo e Cinema do Paraná (AVEC).

De acordo com a previsão em decreto, a PrFilm Commission tem a “finalidade de centralizar, orientar, organizar, simplificar e apoiar o incremento de atividades de cunho filmológico e cinematográfico no Estado, no âmbito do setor cultural do audiovisual” (PARANÁ, 2023). Excetuam-se de seu escopo, as filmagens publicitárias, jornalísticas, reportagens e aquelas destinadas a uso pessoal. A institucionalização, mas sobretudo a atuação continuada de uma film commission no Estado do Paraná que esteja à frente da elaboração e execução de políticas públicas em prol do setor audiovisual é indicativo do interesse estadual em promover o incremento de tal setor econômico em seu território.

No entanto, a ausência de dados estruturados sobre o audiovisual paranaense dificulta a formulação de políticas públicas efetivas, o planejamento territorial e o aproveitamento do potencial criativo e econômico do estado. A inexistência de film commission nacional e em vários municípios relevantes, a fragilidade dos mecanismos de incentivo regionais e a baixa articulação entre agentes públicos e privados tornam o cenário desafiador, ainda que cidades como Curitiba e Londrina já apresentem polos ativos.

Esta compilação de dados tem como objetivo preencher parte dessa lacuna, oferecendo um panorama atualizado do setor audiovisual paranaense. Este estudo pretende contribuir para a valorização do setor no Paraná e subsidiar a construção de políticas públicas regionais mais eficazes, sustentáveis e alinhadas com os desafios e oportunidades da economia criativa contemporânea.

Resumo Executivo

- Preservar e restaurar o patrimônio audiovisual paranaense segundo padrões técnicos reconhecidos;
- Fomentar a digitalização de acervos históricos e coleções em risco, buscando assegurar metadados e autenticidade;
- Garantir acesso público e educativo aos acervos por meio de arquivo digital integrado à plataforma estadual de streaming;
- Implantar políticas de preservação preventiva, abrangendo ambientes controlados, protocolos de segurança, rotinas de backup e migração tecnológica periódica;
- Apoiar a formação e qualificação de profissionais em preservação, conservação, catalogação e gestão de acervos cinematográficos e audiovisuais. O Paraná foi responsável por 2,6% de toda a produção brasileira não publicitária entre 2002 e julho de 2025.
- O Paraná ocupa a 6ª posição no ranking de emissão de CPBs entre os estados brasileiros no período de 2002 a julho de 2025.
- O Paraná ocupa a segunda colocação com 27,3% de toda a produção não publicitária da região Sul.
- A capital Curitiba é responsável por 77,2% de toda a produção do estado e é seguida de longe por Londrina (5,4%) e Maringá (4,8%). Ponta Grossa (1,69%) e Cascavel (1,62%), com menos produções, seguem como 4ª e 5ª colocadas respectivamente. As cinco cidades concentram 90% da emissão de CPBs do estado.
- 49,4% de toda a produção não publicitária no estado foi de curtas-metragens.
- A produção independente correspondeu a 67,7% do total das produções não publicitárias do estado entre 2002 e 2025.
- Apenas 6,9% das obras não publicitárias de 2002 a 2025 receberam financiamento da ANCINE.
- O segmento inicial com maior número de emissões para as obras paranaenses é o da TV Paga com 29,9%, seguido pelas salas de exibição com 25,1%, outros mercados com 21,2% e TV aberta com 11,2%. O VOD concentra apenas 8,27% do destino inicial das emissões e o vídeo doméstico, 4,2%.
- O Paraná foi responsável por 2,6% de toda a produção brasileira não publicitária de 2002 a 2025, mas apenas por 0,58% da comercialização.
- O Paraná está em 9ª colocação em requisições de CRTs não publicitários.
- A TV paga corresponde a 47% dos CRTs não publicitários, junto com a TV Aberta corresponde a 82,2% do total de certificados emitidos entre 2002 e 2025.

- Considerando o período entre 2013 e setembro de 2025, o Paraná ocupou a 2ª posição entre os estados com maior emissão de CRTs publicitários, ficando atrás apenas de São Paulo, e representou 10,66% da produção nacional.
- Curitiba concentrou 25,26% de todas as produções publicitárias em 2024. Maringá mostrou-se também uma liderança no setor, com números parecidos com os da capital, recebendo 25% da produção.
- Apenas 9 coproduções internacionais foram registradas na ANCINE por produtoras paranaenses entre 2015 e 2025, o que representa apenas 0,95% de todas as obras não publicitárias registradas no estado.
- Os 19 editais da LPG avaliados significaram um investimento de R\$ 95,7 milhões. A taxa de execução média foi de 81,81%, com um total de 453 projetos/iniciativas contemplados de 2.054 inscrições.
- Desse montante, R\$ 70,8 milhões (77%) foram destinados à produção de 319 obras, com destaque para: 115 curtas-metragens, 61 longas-metragens e 52 videocliques.
- A LPG também destinou R\$ 4,1 milhões (4,3%) para o desenvolvimento de roteiros e projetos, contemplando 56 propostas de 247 inscrições, fomentando a fase inicial da cadeia produtiva. Adicionalmente, R\$ 5,3 milhões foram investidos em exibição, e R\$ 3,4 milhões em mostras e festivais (23 iniciativas de 60 inscritas).
- O estado conta com mais de 740 produtoras independentes registradas, das quais 25% possuem CPBs em estágios de pré-produção ou desenvolvimento (aproximadamente 180 projetos ativos). Esse percentual é ligeiramente superior à média nacional (22%), indicando maior densidade de projetos autorais em processo de estruturação. 17 projetos paranaenses em desenvolvimento foram beneficiados pelo Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) entre 2018-2023.
- Na área de distribuição, o Paraná possui 122 distribuidoras registradas (4,5% do total nacional) e ocupa a 4ª posição nacional em títulos disponíveis em plataformas de VOD (118 títulos). De 2010 a 2025, 12 distribuidoras realizaram lançamentos comerciais (10% do total de distribuidoras registradas), gerando uma renda total de R\$ 1.631.056,15 com 174.249 espectadores (68 títulos: 32 paranaenses + 36 não paranaenses).
- O setor de exibição se destaca com 233 salas de cinema em 63 complexos, o maior número da história recente do estado, superando os níveis pré-pandemia. O Paraná registrou 6,89 milhões de espectadores e R\$ 134,3 milhões de renda (5,4% da renda nacional de bilheteria), com uma densidade de 19,7 salas por milhão de habitantes, acima da média nacional de 17,4.
- 6 editais da LPG incluíram módulos para mostras e festivais, com R\$ 3,4 milhões executados (23 iniciativas de 60 inscritas).
- O Paraná concentra 8% das unidades locais de empresas brasileiras do setor cultural.
- A participação do estado no total nacional manteve-se constante, em torno de 6,7% do pessoal ocupado no setor cultural brasileiro entre 2011 e 2021.

- Curitiba concentra 50,5% de todo o pessoal assalariado do setor cultural do estado.
- O salário médio mensal do setor cultural no Paraná apresentou variação positiva de 4,6% entre 2011 e 2021, passando de R\$ 3.004,00 para R\$ 3.141,00.
- Entre 2011 e 2021, o número de empresas do setor audiovisual aumentou para 3.039 unidades, correspondendo a um crescimento de 26,4%.
- O pessoal ocupado no domínio cultural das mídias audiovisuais e interativas também apresentou evolução significativa, passando de 14.604 trabalhadores em 2011 para 18.778 em 2021, o que representa um aumento de 28,5%.
- 29,3% das empresas registradas do setor audiovisual no Paraná possuem empregados.
- 57,7% dos empregados do audiovisual registrados em 2023 eram homens e 68,2% eram pessoas brancas; 57,4% dos profissionais têm escolaridade até o nível médio. 29,5% possuem nível superior e 10,4% possuem apenas o ensino fundamental.
- 49,4% das empresas do audiovisual registradas são consideradas especializadas (identificadas com apenas 1 CNAE).
- O Paraná possui 35 cursos de graduação (entre bacharelados e tecnológicos) ativos voltados à área do audiovisual. Desses, apenas três são oferecidos por Instituições de Ensino Superior (IES) públicas, e somente dois são gratuitos.
- Os cursos de “Produção Audiovisual” são os que possuem mais ofertas no estado, seguido de “Design de Animação” e “Cinema e Audiovisual”.
- Quanto à modalidade de oferta, observa-se uma predominância do ensino a distância, que representa 71,4% dos cursos de graduação disponíveis.
- No que se refere à pós-graduação, foram identificados pelo Ministério da Educação (MEC) pelo menos 38 cursos de especialização relacionados ao audiovisual.

Curitiba

- Curitiba Film Commission emitiu em 2025 mais de 400 autorizações para filmagens e fotografias na cidade.
- Curitiba foi responsável por 1187 Certificados de Produto Brasileiro (CPBs), ou seja, 76% da produção de obras não publicitárias do Paraná entre 2002 e setembro de 2025.
- Em 2021, Curitiba concentrava 50,5% de todo o pessoal assalariado do setor cultural do estado.
- Curitiba apresentou variação positiva do salário médio mensal do setor cultural maior do que o estado em geral, com o salário médio mensal evoluindo de R\$ 3.828,00 em 2011 para R\$ 4.039,00 em 2021.
- 7 das 9 coproduções registradas pela ANCINE no estado entre 2015 e 2025 foram realizadas por produtoras sediadas em Curitiba.

- Curitiba conta atualmente com 17 complexos cinematográficos em funcionamento, totalizando 1.344 salas de exibição.
- Em 2024, o público nas salas de cinema da cidade somou 3,21 milhões de espectadores, com a exibição de 392 títulos. Isso representa um aumento de 170.638 pessoas em relação a 2023, ou 5,6%.
- Em 2019, o público total foi de 4,2 milhões, o que representa uma queda de 24,1% até 2024.
- Entre o público das salas de cinema, 92% assistiram a obras estrangeiras, enquanto apenas 8% optaram por produções brasileiras.
- A renda dos exibidores em 2024 foi de R\$ 69,5 milhões, um aumento de 6% em comparação com 2023. Em 2019, a renda dos exibidores foi de R\$ 72,2 milhões — valor 3,7% superior ao registrado em 2024.
- O preço médio do ingresso, teve um aumento de 27% no período de cinco anos, chegando a R\$ 17,06.
- Curitiba conta com 28,5% dos cursos de graduação (bacharelado e tecnológico) em audiovisual do estado.

Londrina

- Londrina se destaca pelos investimentos consistentes em cultura, que somam R\$ 46 milhões desde 2017.
- O município recebeu R\$ 4 milhões do FSA em 2017 (16 projetos) e R\$ 4,3 milhões da LPG em 2023 (70% = R\$ 3 milhões para audiovisual).
- A cidade contabiliza 85 CPBs emitidos desde 2002, com pico em 2017 (15 registros, impacto do FSA).
- O número de produtoras londrinenses registradas junto à ANCINE vem crescendo gradualmente, com 29 produtoras ativas em 2025.
- O município registrou 669,4 mil espectadores e R\$ 12,38 milhões de renda em 2025.
- Londrina é a única cidade paranaense além de Curitiba que realizou coproduções internacionais nos últimos 10 anos (2 coproduções).

Maringá

- Maringá implementou o Prêmio Aniceto Matti – Audiovisual 2019, que destinou R\$ 1 milhão (ANCINE/FSA + SEMUC), e a LPG 2023 com R\$ 2,6 milhões para audiovisual.
- A cidade contabiliza 75 CPBs emitidos desde 2002, com pico em 2022 (8 registros).
- Maringá se consolidou como um importante polo de produção publicitária, recebendo

25% da produção do Paraná em 2024, números similares aos da capital.

- O município registrou 505,5 mil espectadores e R\$ 8,56 milhões de renda em 2025, mantendo 17 salas de cinema ativas.

Ponta Grossa

- Ponta Grossa possui uma política cultural estruturada desde 2010, com o PROMIFIC (Programa Municipal de Incentivo à Cultura).
- A LPG 2023-2024 representou a principal política cultural do município.
- A cidade contabiliza 26 CPBs emitidos (2015-2024), com picos em 2023 e 2024 (3 obras/ano). Há uma predominância de videomusical (17 de 26 obras).

Foz do Iguaçu

- Foz do Iguaçu implementou o FMIC (Fundo Municipal de Incentivo à Cultura) com editais entre 2022-2024 e a LPG em duas edições (2022-2024), executada em 4 módulos.
- A cidade está em acelerado processo de criação de sua Film Commission, sob mentoria SEBRAE/SEEC/Filmhub.
- O município contabiliza 15 CPBs emitidos (2015-2024) e se destaca pela atração de grandes produções, como a série "DNA do Crime" (Netflix), que filmou duas temporadas na cidade e prepara a terceira.
- Foz do Iguaçu apresenta alto potencial de internacionalização e vocação para o turismo cinematográfico.

Eixo A

Levantamento de produções audiovisuais paranaenses

2.1. Apresentação dos dados

O Certificado de Produto Brasileiro (CPB) é um registro oficial emitido gratuitamente pela ANCINE para obras audiovisuais brasileiras de natureza não publicitária. Funciona como uma espécie de "certidão de nascimento" da obra, atestando sua origem nacional. Esse certificado é obrigatório para obras que pretendam ser comunicadas publicamente no Brasil ou exportadas para o exterior, excetuando-se produções jornalísticas, manifestações, eventos esportivos e conteúdos institucionais. O CPB também é indispensável para que produtoras e profissionais do setor audiovisual possam acumular pontuação junto à ANCINE — um critério essencial para acessar recursos de financiamento por meio de políticas públicas e leis de incentivo.

Segundo dados da ANCINE (2025), entre 2002, data de início dos registros, e julho de 2025 foram emitidos 59.787 Certificados de Produto Brasileiro (registro de obras audiovisuais

brasileiras de natureza não publicitária), sendo o Paraná responsável por 1.558, ou seja, 2,6% de toda a produção brasileira não publicitária no período.

O Paraná ocupa a 6ª posição no ranking de emissão de CPBs entre os estados brasileiros no período de 2002 a julho de 2025. A classificação geral é a seguinte:

1º São Paulo

2º Rio de Janeiro

3º Rio Grande do Sul

4º Minas Gerais

5º Bahia

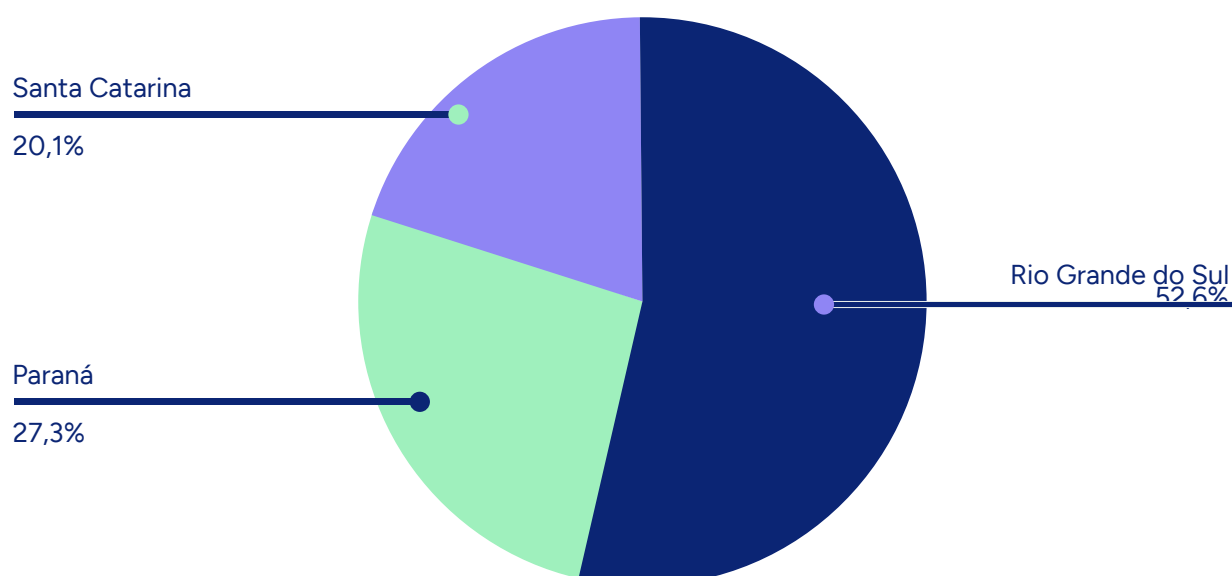
6º Paraná

É importante destacar a disparidade entre os dois primeiros colocados — São Paulo e Rio de Janeiro — e os demais estados. A diferença entre São Paulo (1º) e Rio de Janeiro (2º) é de 3.494 produções, enquanto a distância entre o Rio de Janeiro e o terceiro colocado, Rio Grande do Sul, salta para 16.945 produções. Comparando o Rio de Janeiro (2º) com o Paraná (6º), a diferença chega a 18.384 produções, ao passo que a distância entre o Paraná (6º) e o Rio Grande do Sul (3º) é de apenas 1.439. Esses números evidenciam a forte concentração da produção audiovisual brasileira em São Paulo e Rio de Janeiro, que juntos respondem por 72,5% do total nacional, contrastando com a concorrência mais equilibrada entre os demais estados.

O Rio Grande do Sul concentra 52,6% da produção total da região Sul e o Paraná ocupa a segunda colocação com 27,3% de toda a produção da região. A figura 2 mostra estes resultados:

Figura 2 - CPBs na região Sul (2002-2025)

CPBs emitidos na região Sul (desde 2002)



Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

Dentro do Paraná também existe uma alta concentração geográfica da produção audiovisual. A capital Curitiba é responsável por 77,2% de toda a produção do estado e é seguida de longe por Londrina (5,4%) e Maringá (4,8%). Ponta Grossa (1,69%) e Cascavel (1,62%), com menos produções, seguem como 4ª e 5ª colocadas respectivamente. As cinco cidades concentram 90% da emissão de CPBs do estado.

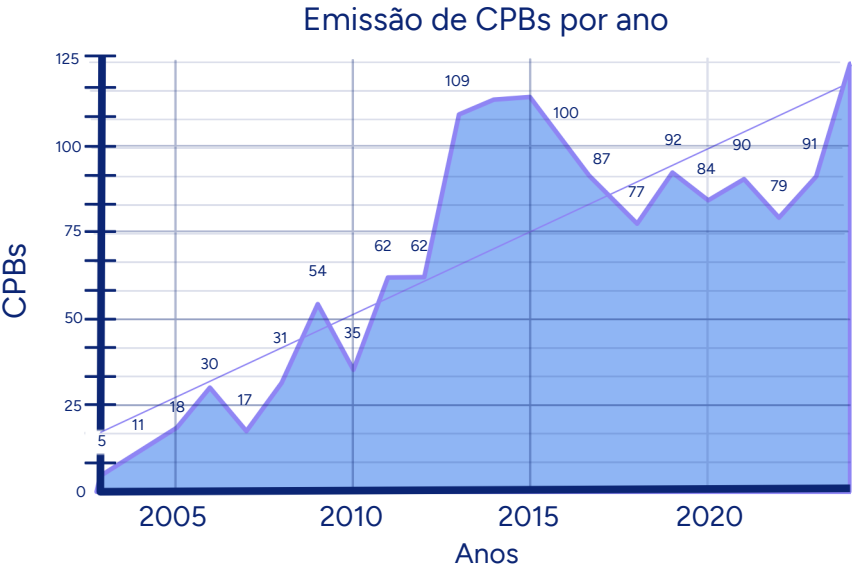
Tabela 1. Distribuição geográfica da emissão de CPBs no Paraná (2002-2025)

Cidade	Total de obras	%
Curitiba	1.187	77,22%
Londrina	84	5,46%
Maringá	75	4,87%
Ponta Grossa	26	1,69%
Cascavel	25	1,62%
Total	1.397	90,86%

Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

Quando se observa a emissão de CPBs entre 2002 e 2025, percebe-se uma tendência geral de crescimento, ainda que marcada por oscilações pontuais. A Figura 3 mostra que, nos primeiros anos (2002–2006), os números mantiveram-se baixos e relativamente estáveis, com média próxima de 15 registros anuais. A partir de 2007, inicia-se um ciclo de expansão mais consistente, culminando em um crescimento expressivo entre 2010 e 2014. Após um leve recuo entre 2015 e 2018, o setor mostra sinais de recuperação a partir de 2019, mesmo diante dos efeitos da pandemia de Covid-19, alcançando em 2024 o maior patamar de toda a série, com 124 registros.

Tabela 1. Distribuição geográfica da emissão de CPBs no Paraná (2002-2025)



Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

No que tange aos formatos de obras, a tabela 2 mostra que, entre 2002 e 2025, 771 CPBs foram emitidos para curtas-metragens, ou seja, 49,4%, quase metade de toda a produção. Os médias-metragens mostraram uma participação relevante também com 25,4% do total produzido. Os longas-metragens representaram 12,2% em empate com as obras seriadas com 12,3%.

Os dados em questão seguem a definição utilizada pela ANCINE e regida pela Medida Provisória N° 2.228-1, de 6 de setembro de 2001, em que a duração de um curta-metragem é igual ou inferior a 15 minutos, de um média-metragem superior a 15 minutos e igual ou inferior a 70 minutos e de um longa-metragem, superior a 70 minutos. Uma obra seriada é aquela que, sob o mesmo título, seja produzida em capítulos.

Tabela 2. Organização temporal de obras paranaenses (CPBs emitidos)

Organização Temporal	Unidades	%
Curta-metragem	771	49,4
Média-metragem	397	25,4
Longa-metragem	191	12,2
Seriada	193	12,3
Total	1.552	100

Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

A tabela 3 mostra o tipo de obras realizadas no período analisado. Foram feitas mais produções de ficção do que de qualquer outro tipo: 34,5% ficção, 23,5% documentário, 20,8% videoclipes, 10,2% animação, 3,6% variedades e 4,5% "não classificadas". A liderança de ficção, seguida de documentário, videoclipes e animação segue o padrão nacional.

Tabela 3. Tipos de obras produzidas no Paraná (CPBs emitidos) (2002-2025)

Tipo de Obra	Unidades	%
Ficção	539	34,59
Documentário	367	23,55
Vídeomusical	325	20,86
Animação	160	10,26
Variedades	57	3,65
Jornalística	19	1,21
Programa de auditório	11	0,7
Religiosa	6	0,38

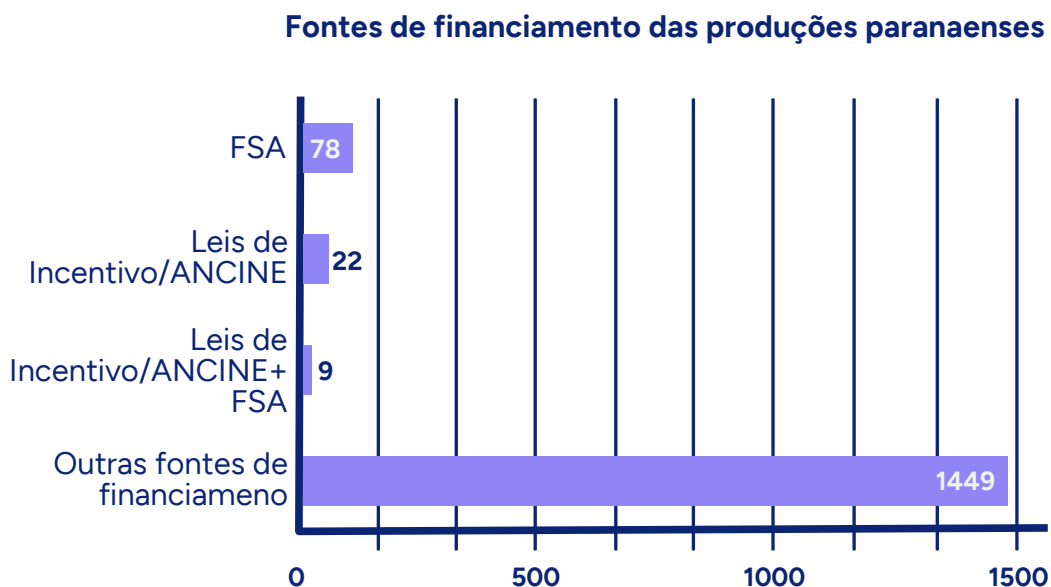
Reality show	2	0,12
Manifestações e eventos esportivos	1	0,06
Não Classificada	71	4,55

Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

Além disso, nota-se que no período analisado (2002-2025), a produção independente (obras brasileiras independentes constituintes de espaço qualificado, conforme definição da ANCINE) foi maioria com 67,7% do total. Menos que a metade (43%) foram obras não independentes (ou seja, obras brasileiras constituintes de espaço qualificado, produzidas por produtoras controladoras, controladas ou coligadas a programadoras, empacotadoras, distribuidoras ou concessionárias de serviço de radiodifusão de sons e imagens).

Em relação às fontes de financiamento, a Figura 4 mostra que a imensa maioria das obras paranaenses não contou com financiamento da ANCINE: 6,9% do total receberam apoio da agência e o Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) foi o grande destaque compondo (sozinho ou com outros mecanismos da ANCINE) o suporte de 5,5% de todas as produções que tiveram a instituição como fonte de financiamento. Somando os projetos paranaenses fomentados pelo FSA, R\$ 106,5 milhões foram investidos no Estado por meio do Fundo desde 2008.

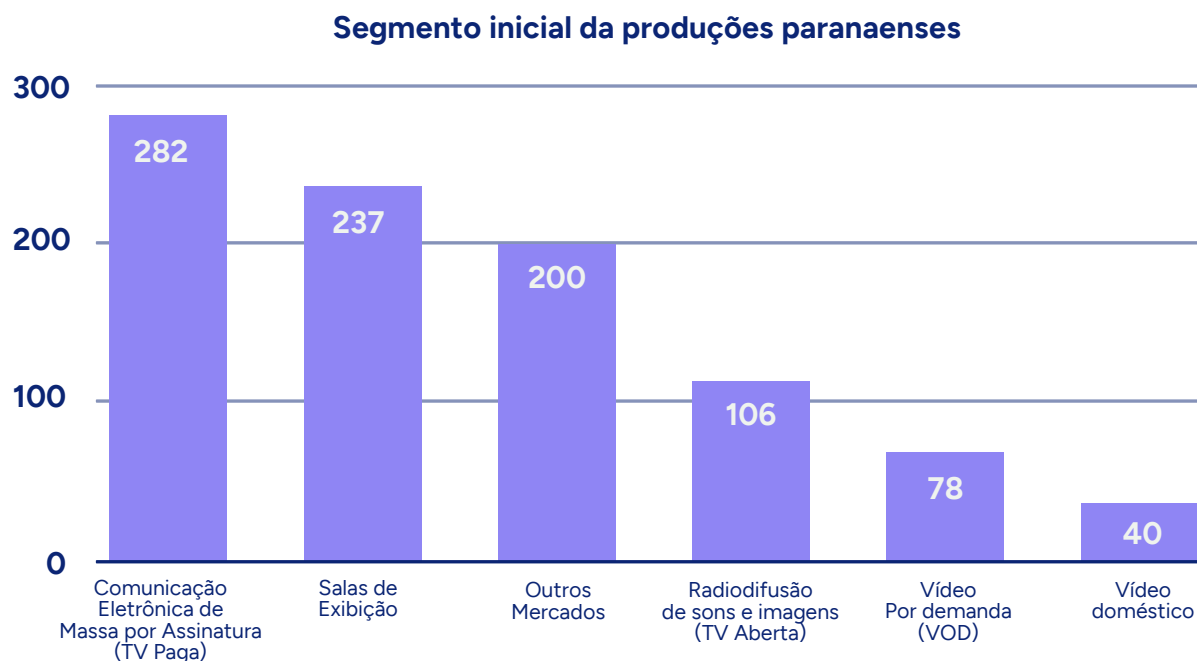
Figura 4- Fontes de financiamento das produções (2002-2025)



Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

Na Figura 5 é possível notar que o segmento inicial com maior número de emissões para as obras paranaenses é o da TV Paga com 29,9%, seguido pelas salas de exibição com 25,1%, outros mercados com 21,2% e TV aberta com 11,2%. O VOD concentra apenas 8,27% do destino inicial das emissões e o vídeo doméstico, 4,2%.

Figura 5- Segmento inicial das produções paranaenses



Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

O Certificado de Registro de Título (CRT), emitido pela ANCINE, autoriza a exibição comercial, em território brasileiro, de obras brasileiras e estrangeiras que circulam nos segmentos de mercado regulados pela agência. Esse dado é fundamental para compreendermos a comercialização das obras brasileiras, tanto publicitárias quanto não publicitárias, diferentemente do CPB, que oferece um panorama da produção das obras não publicitárias. A CONDECINE, sigla para Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional, é exigida para a obtenção do CRT, exceto nos casos de isenção previstos em lei.

Entre 2002 e 2025, o Paraná, emitiu 1.558 CPBs que geraram 1.059 Certificados de Registro de Títulos (CRTs), sendo responsável por 2,6% de toda a produção brasileira não publicitária no período, mas apenas por 0,58% da comercialização. Essa diferença pode indicar alguma dificuldade em comercializar obras produzidas. Considerando o período de 2002 até setembro de 2025, o Paraná está em 9ª colocação em requisições de CRTs não publicitários pela classificação nacional. Segue a lista:

- 1º Rio de Janeiro - 96.128
- 2º São Paulo - 60.292
- 3º Amazonas - 9.325
- 4º Rio Grande do Sul - 4.671
- 5º Santa Catarina - 2.078
- 6º Minas Gerais - 1.369
- 7º Distrito Federal - 1.170
- 8º Ceará - 1.148
- 9º Paraná - 1.059
- 10º Bahia - 1.017

Conforme a tabela 4, houve um aumento na emissão de CRTs não publicitários em 2024 (47) em relação a 2023 (38), se aproximando novamente da quantidade de 2021 (49) e 2020 (50), mas ainda distante de 2019, ano em que houveram 63 emissões. Em 2025, até setembro, foram emitidos 34 CRTs.

Tabela 4. CPBs e CRTs em comparação estadual e nacional entre 2015 e 2025

Ano	Local	CPBs (não publicitário)	CRTs de obras (não publicitárias)	CRTs de obras publicitárias
2019	Brasil	3.546	8.180	42.295
	Paraná	92	63	4.864
2020	Brasil	2.942	7.748	35.891
	Paraná	84	50	4.236
2021	Brasil	3.357	7.821	37.821
	Paraná	90	49	4.119
2022	Brasil	3.194	6.601	38.058
	Paraná	79	44	4.116
2023	Brasil	3.820	6.972	39.794
	Paraná	91	38	4.411
2024	Brasil	3.831	6,184	38.456
	Paraná	124	47	4.695

Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

No que diz respeito à organização temporal das obras mapeadas entre 2002 , 32% dos certificados emitidos foram para curta-metragem, 31,8% obra seriada, 13,7% média-metragem e 22,5% longa-metragem. Para fins de comparação, São Paulo tem uma dominação maior do longa-metragem historicamente, com 54,1% de todas as emissões do estado desde 2002, seguido por obras seriadas com 21,8%, curtas-metragens com 16,3% e médias-metragens com 7,8%.

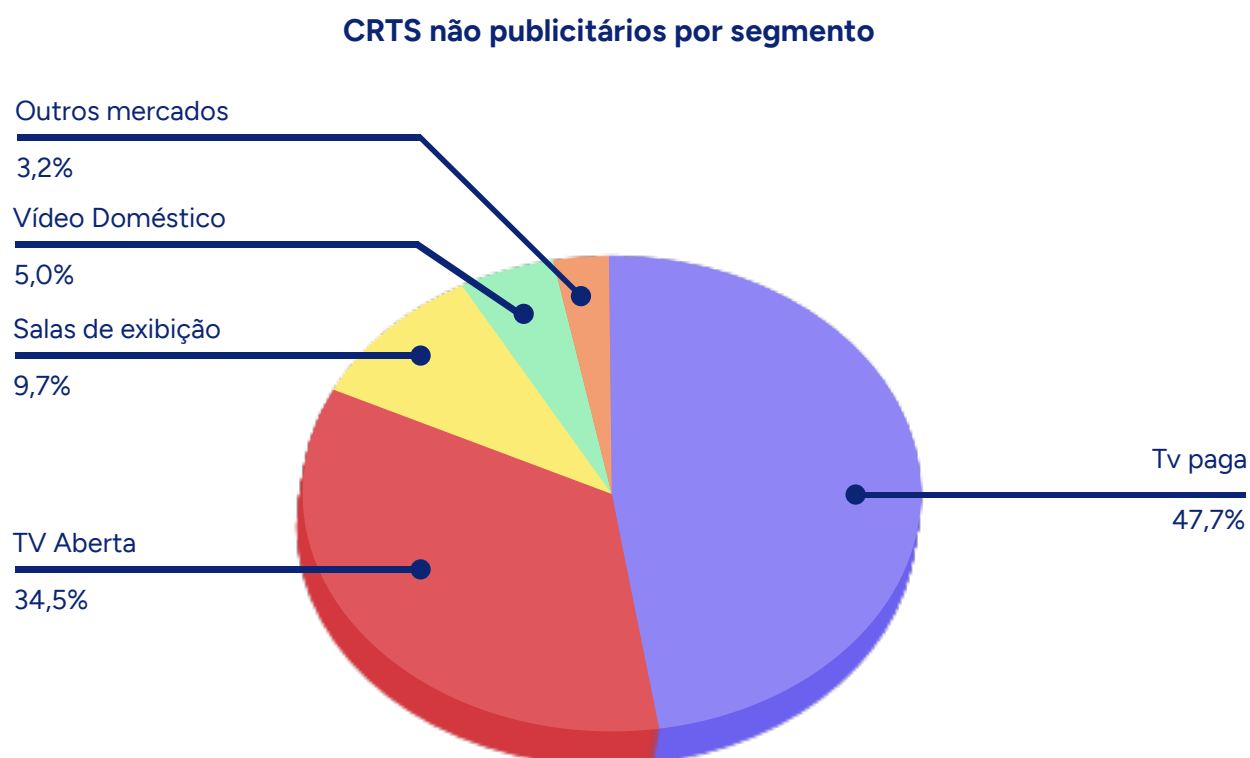
Gráfico 5. CRTs não publicitários por organização temporal



Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

A TV paga é predominante na quantidade de CRTs emitidos para o Paraná, seguindo a mesma indicação do segmento inicial registrado nos CPBs. A TV paga corresponde a 47% dos CRTs, junto com a TV Aberta corresponde a 82,2% do total de certificados emitidos no período.

Figura 6- CRTS não publicitários por segmento



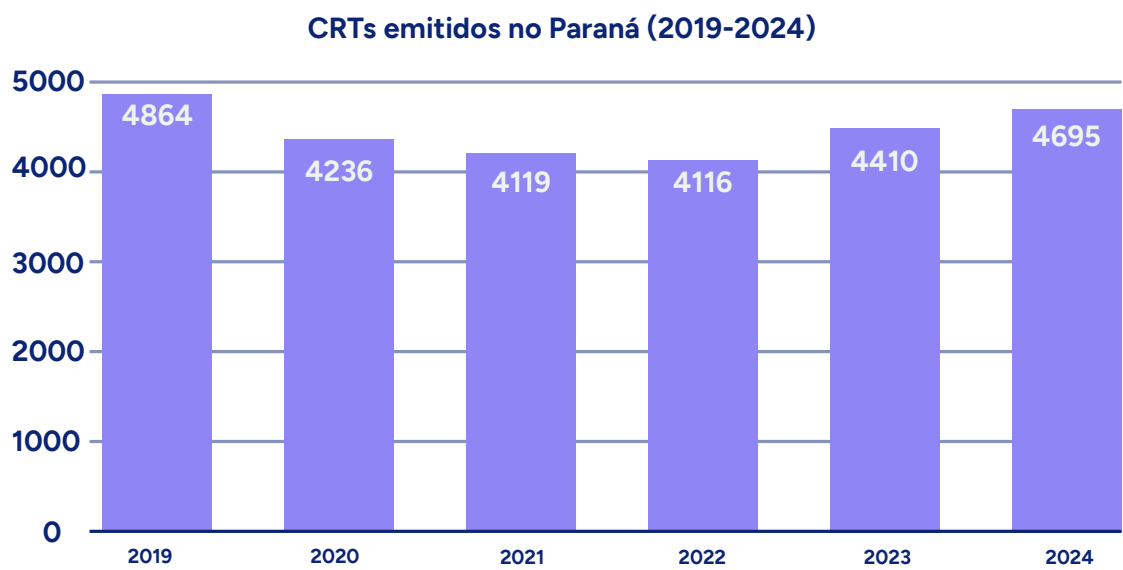
Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

Obras publicitárias

O CRT publicitário é uma ferramenta importante para analisar os dados relativos à produção publicitária. Considerando o período entre 2013 e setembro de 2025, o Paraná ocupou a 2ª posição entre os estados com maior emissão de CRTs publicitários, ficando atrás apenas de São Paulo, e representou 10,66% da produção nacional, com um total de 54.886 emissões.

Observa-se uma queda na produção de CRTs publicitários em 2020, ano marcado pela pandemia de Covid-19, conforme figura 7. O dado evidencia o impacto do fenômeno sobre o setor, que ainda não retomou plenamente o ritmo anterior: a atividade publicitária permanece abaixo do nível pré-pandêmico registrado em 2019, quando foram realizadas 4.864 produções.

Figura 7 - CRTs emitidos no Paraná (2019-2024)



Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

Curitiba concentrou 25,26% de todas as produções publicitárias em 2024. Maringá mostrou-se também uma liderança no setor, com números parecidos com os da capital, recebendo 25% da produção. A tabela 5 demonstra os valores:

Tabela 5 - CRTs emitidos nos territórios estratégicos

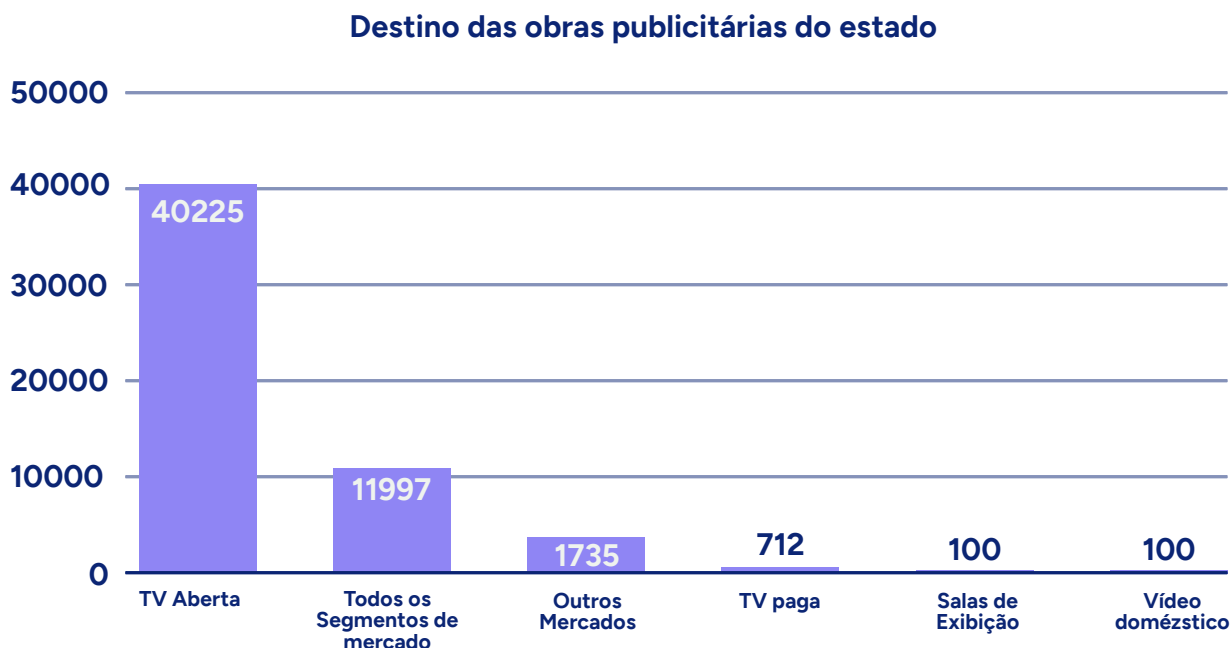
Localidade	CRTs emitidos	Proporção (%)
Paraná	4.695	100
Curitiba	1.186	25,26
Maringá	1.177	25,06
Londrina	315	6,7
Ponta Grossa	284	6,0
Foz do Iguaçu	149	3,17

Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

Em 2024, a participação do Paraná na produção publicitária brasileira foi de 12,2%, um leve aumento em relação a 2023, quando correspondia a 11%. A expressiva participação do Paraná na produção publicitária, consideravelmente superior à sua fatia na produção de obras não publicitárias brasileiras (2,6%), sugere potencial para o crescimento da produção local no segmento não publicitário. A tabela 6 (na sequência) mostra estes resultados.

A TV Aberta foi o maior destino das publicidades historicamente vide figura 8 abaixo.

Figura 8 - Destino das obras publicitárias do estado



Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

Internacionalização

A internacionalização das produções audiovisuais brasileiras tem se mostrado cada vez mais estratégica diante de um mercado globalizado, competitivo e dinâmico. Estabelecer parcerias internacionais não apenas amplia as possibilidades de financiamento e distribuição das obras, mas também contribui para o intercâmbio cultural, o aprimoramento técnico e artístico, e a inserção do Brasil — e, especificamente, de seus polos regionais — no circuito global de produção e exibição audiovisual.

Nesse contexto, a coprodução internacional se apresenta como uma ferramenta para viabilizar projetos com maior envergadura, diversificar modelos de negócios e alcançar novas audiências. Países com os quais o Brasil mantém acordos bilaterais ou multilaterais de coprodução, como os integrantes do bloco ibero-americano e da União Europeia, têm se destacado como parceiros recorrentes, favorecendo sinergias criativas e econômicas.

No caso específico do Paraná, os dados dos últimos dez anos evidenciam ainda uma subutilização desse mecanismo: apenas 9 coproduções internacionais foram registradas na ANCINE por produtoras paranaenses nesse período, o que representa apenas 0,95% de todas as obras não publicitárias registradas no estado. Esses números indicam um enorme potencial ainda pouco explorado por parte do setor audiovisual paranaense.

Tabela 6. Coproduções paranaenses entre 2015 e 2025

Título Original	Tipo da Obra	Países Coprodutores	Ao Abrigo de Acordo	Participação Patrimonial Brasileira	Ano de Emissão do CPB	Município Requerente	Organização Temporal
Razões	Vídeomusical	Brasil, Portugal, Espanha	Não	Majoritária	2025	Curitiba	
Las Preñadas	Ficção	Brasil, Argentina	Sim	Minoritária	2023	Londrina	Longa-metragem
Nunca Nada Aconteceu	Ficção	Brasil, Portugal, Bélgica	Sim	Minoritária	2023	Curitiba	Longa-metragem
Deserto Particular	Ficção	Brasil, Portugal	Sim	Majoritária	2021	Curitiba	Longa-metragem
Tantas Almas	Ficção	Brasil, Colômbia	Sim	Minoritária	2021	Curitiba	Longa-metragem
Lamaçal	Ficção	Brasil, Argentina	Sim	Minoritária	2021	Curitiba	Longa-metragem
Avó Dezanove e O Segredo do Soviético	Ficção	Brasil, Portugal	Sim	Minoritária	2020	Curitiba	Longa-metragem
Águas Selvagens	Ficção	Brasil, Argentina	Sim	Minoritária	2019	Curitiba	Longa-metragem
Mister H	Ficção	Brasil, França	Não	Igualitária	2015	Londrina	Curta-metragem

Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

Das nove coproduções registradas:

- Oito foram realizadas com países ibero-americanos, demonstrando a relevância dos acordos com esse bloco e uma teve parceria com a França;
- Todas as produções eram independentes;
- Oito eram obras de ficção e uma era um videoclipe musical;
- Apenas duas foram realizadas fora do escopo de acordos internacionais;
- Três das produções foram da mesma empresa, a Grafo Audiovisual Ltda, evidenciando concentração e possível expertise específica nessa produtora;
- Apenas duas das coproduções tiveram participação majoritária brasileira, enquanto uma contou com participação igualitária — nas demais, o Brasil figurou como parceiro minoritário;
- A distribuição geográfica mostra que seis produções foram registradas em Curitiba e duas em Londrina;

- Quanto ao formato, sete obras eram longas-metragens, uma curta-metragem e um videoclipe.

Esses números revelam, por um lado, um caminho promissor já trilhado por algumas produtoras locais; por outro, apontam para a necessidade de políticas públicas e iniciativas de formação, articulação internacional e fortalecimento do setor que incentivem um uso mais estratégico da coprodução como ferramenta de internacionalização.

Estimular a cultura da coprodução no audiovisual paranaense — com capacitação, apoio institucional e articulação com agentes estrangeiros — pode ser interessante para ampliar a visibilidade das produções locais, diversificar suas fontes de financiamento e garantir maior competitividade no cenário internacional. A construção de pontes entre criadores, empresas e instituições culturais de diferentes países é um caminho para o crescimento sustentável e globalizado do setor.

Obras Não Paranaenses Filmadas no Paraná

Também são relevantes no ecossistema audiovisual paranaense as obras que são filmadas no Estado mas são de produtoras externas, seja de outros estados do Brasil, sejam estrangeiras. Infelizmente não há dados compilados e divulgados que permitam uma avaliação mais detalhada acerca de tais obras e seus impactos no Paraná. Nos sites das film commissions atuantes no Estado (Paraná e Curitiba), não encontram-se dados sobre as filmagens realizadas nos respectivos territórios.

No portal de Dados Abertos da ANCINE, apesar de haver uma planilha de Obras Estrangeiras filmadas no Brasil, na qual há uma coluna dedicada a detalhar em qual UF foi realizada a filmagem, não constam os estados que receberam os projetos listados. Contudo há algumas informações relevantes sobre a relação do setor audiovisual paranaense com obras estrangeiras: das mais de 2200 obras estrangeiras filmadas em território nacional que foram registradas, 5 tiveram como produtora brasileira responsável junto à ANCINE produtoras paranaenses, sendo que 4 delas foram de responsabilidade da mesma produtora (Union Filmes Ltda) 4 foram documentários e as 5 foram produzidas nos anos de 2014 e 2015.

Apesar do apagão de dados publicados sobre esse tema, ao longo de reuniões realizadas para a condução do presente estudo com representantes de instituições, como a Paraná Film Commission, o SIAPAR e o SATED-PR, notou-se que há um consenso sobre a relevância das produções externas que filmam no Paraná. Destacam-se as obras publicitárias que filmam especialmente em Curitiba, mas também no interior do estado, explorando suas belezas naturais; documentários, que também buscam retratar a natureza e a cultura paranaense; e algumas obras ficcionais, como a série DNA do Crime, produzido pela Paranoid para a Netflix, que fez de Foz do Iguaçu um dos seus principais cenários.

Lei Paulo Gustavo

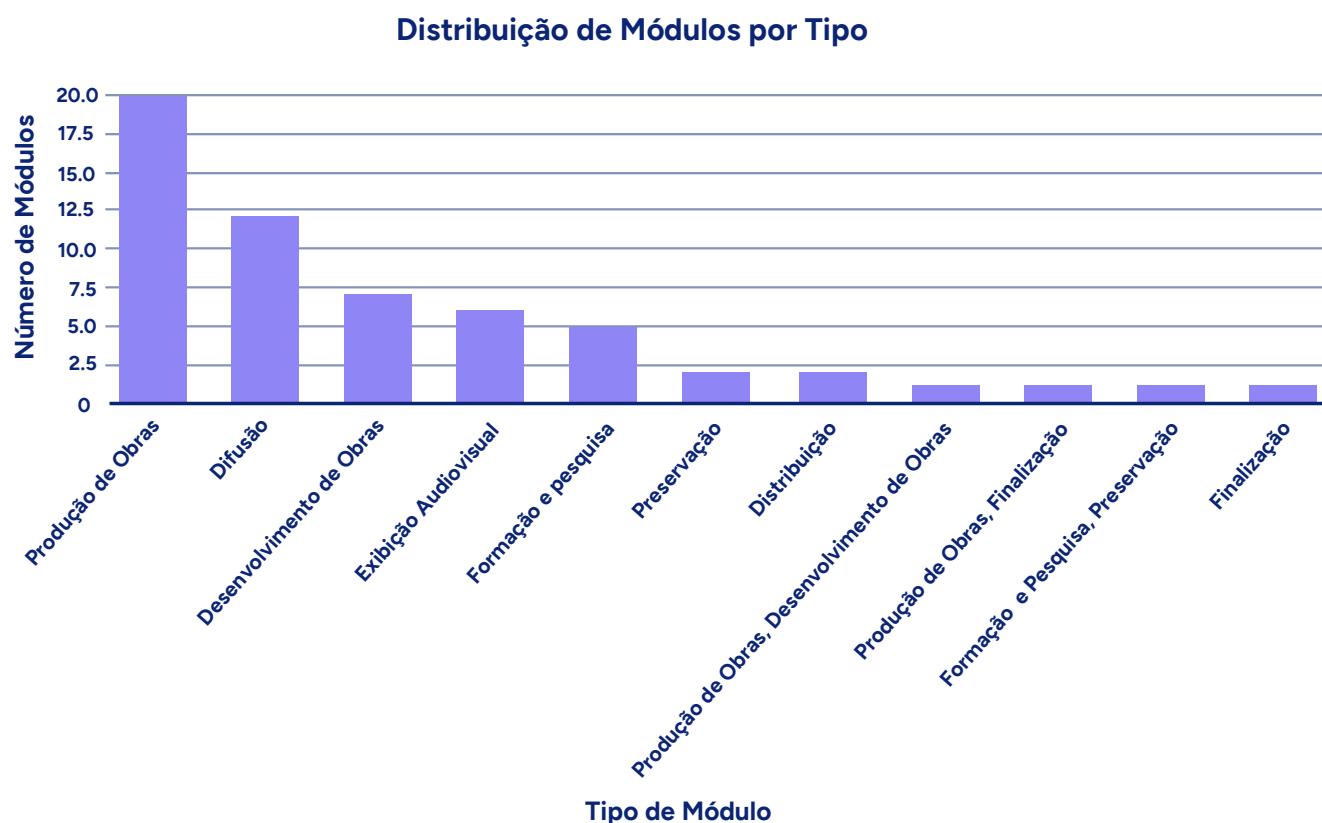
Para fins do presente estudo, foram mapeados 19 editais da Lei Paulo Gustavo lançados entre 2023 e 2024 beneficiaram o setor audiovisual, focando nos territórios estratégicos (Curitiba, Foz do Iguaçu, Londrina, Maringá e Ponta Grossa) e acrescentando os editais realizados pelo estado do Paraná. Tais editais somados foram distribuídos em 58 módulos de apoio, totalizando R\$ 95,7 milhões executados.

Dados Gerais:

- Valor Total Previsto: R\$ 89.525.801,20
- Valor Total Executado: R\$ 95.694.582,45
- Taxa de Execução Média por Edital: 81,81%
- Total de Contemplados: 453 projetos/iniciativas
- Total de Inscritos: 2.054

Para a avaliação do estudo, os editais e seus módulos foram classificados em tipos, definidos a partir do principal objetivo do respectivo módulo: financiamento para produção de obras audiovisuais, financiamento voltado para a difusão (como apoio a mostras e festivais), financiamento para o desenvolvimento de roteiro e núcleos criativos, etc. Observa-se que somando os 6 entes federados, a tipificação dos módulos seguiu a distribuição abaixo:

Figura 9-Distribuição de Módulos por Tipo

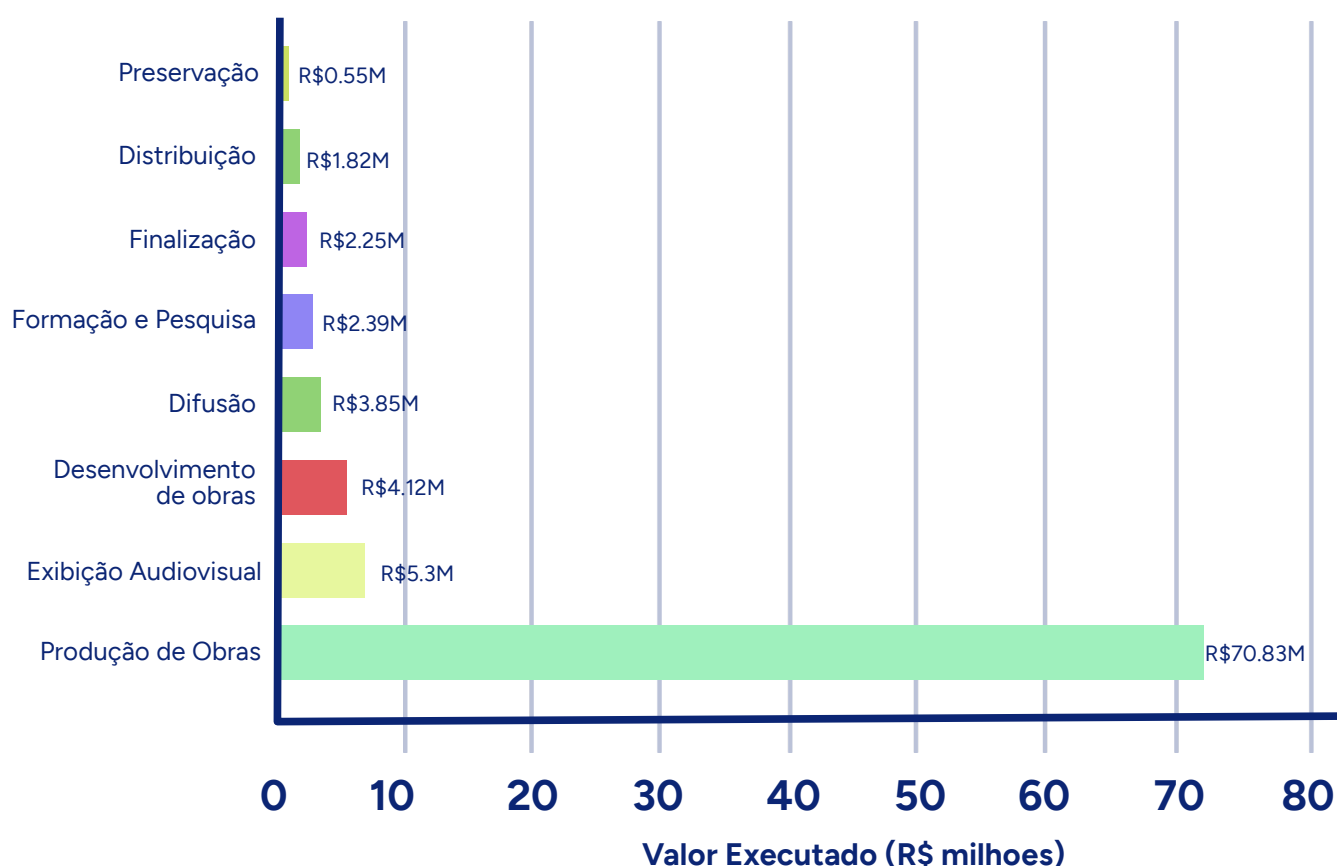


Fonte: Elaboração própria com base nos editais da LPG lançados entre 2023 e 2024 das regiões: Curitiba, Foz do Iguaçu, Londrina, Maringá, Paraná e Ponta Grossa.

Os valores executados por tipo de módulo demonstram que o maior investimento (R\$ 70,8 milhões) foi realizado em produção de obras, o que corresponde a mais de 77% dos recursos executados pelos 6 entes federados, na sequência foi o investimento em exibição (R\$ 5,3 milhões) e em desenvolvimento de obras (R\$ 4,1 milhões).

Figura 10- Valores executados por tipo de módulo (LPG)

Valores executados por tipo de módulo Lei Paulo Gustavo - Paraná



Fonte: Elaboração própria com base nos editais da LPG lançados entre 2023 e 2024 das regiões: Curitiba, Foz do Iguaçu, Londrina, Maringá, Paraná e Ponta Grossa.

Entre os contemplados, 319 foram obras audiovisuais, seja para a etapa de desenvolvimento, produção, finalização ou distribuição. Entre as obras contempladas, os curtas-metragens lideram com 115 obras, seguidos por longas-metragens (61) e videoclipes (52).

O detalhamento completo do mapeamento da Lei Paulo Gustavo, bem como das obras contempladas, pode ser conferido no Anexo I.

Dentre os pontos positivos da execução da Lei Paulo Gustavo no Estado do Paraná, destacam-se a total adesão dos municípios ao programa federal e o alto índice de execução financeira de cada respectivo ente (considerando somente a amostra analisada no presente estudo). No início de 2024, nota-se o empenho dos entes em lançar editais com os recursos remanescentes dos editais de 2023, almejando a total execução orçamentária.

Considerando o recente término do prazo de prestação de contas dos contemplados nos editais, não há a disponibilização de informações mais aprofundadas sobre o real impacto da Lei no Estado, portanto o presente estudo encontra-se limitado a avaliar somente o resultado das seleções da Lei. Não obstante, um dado se destacou no processo de cruzamento de informações sobre as obras audiovisuais paranaenses compiladas no Anexo I: não foi localizada nenhuma compatibilidade entre obras contempladas nos editais dos 6 entes federados avaliados com as obras paranaenses que emitiram CPB, tampouco foram localizadas convergências entre obras contempladas em tais editais e em outros programas de fomento federal, em especial aqueles vinculados ao financiamento por meio do FSA.

A falta de CPB nas obras contempladas na Lei Paulo Gustavo pode ser atribuída a quatro causas:

1- as obras ainda não terem sido finalizadas mas estarem em processo de finalização - o que é uma hipótese razoável especialmente para os longa-metragens e obras seriadas considerando o prazo regular que tais formatos costumam ter para serem 100% concluídos e conseguirem emitir seu CPB, porém é menos razoável para os curta-metragens e videocliques (que somados ultrapassaram 167 obras), que são produções mais céleres.

2- as obras terem ficado incompletas.

3- as obras terem sido finalizadas mas os realizadores não terem obtido sucesso na obtenção do CPB devido a dificuldades burocráticas ou por documentações pendentes.

4- as obras terem sido finalizadas e os realizadores não terem tentado obter o CPB.

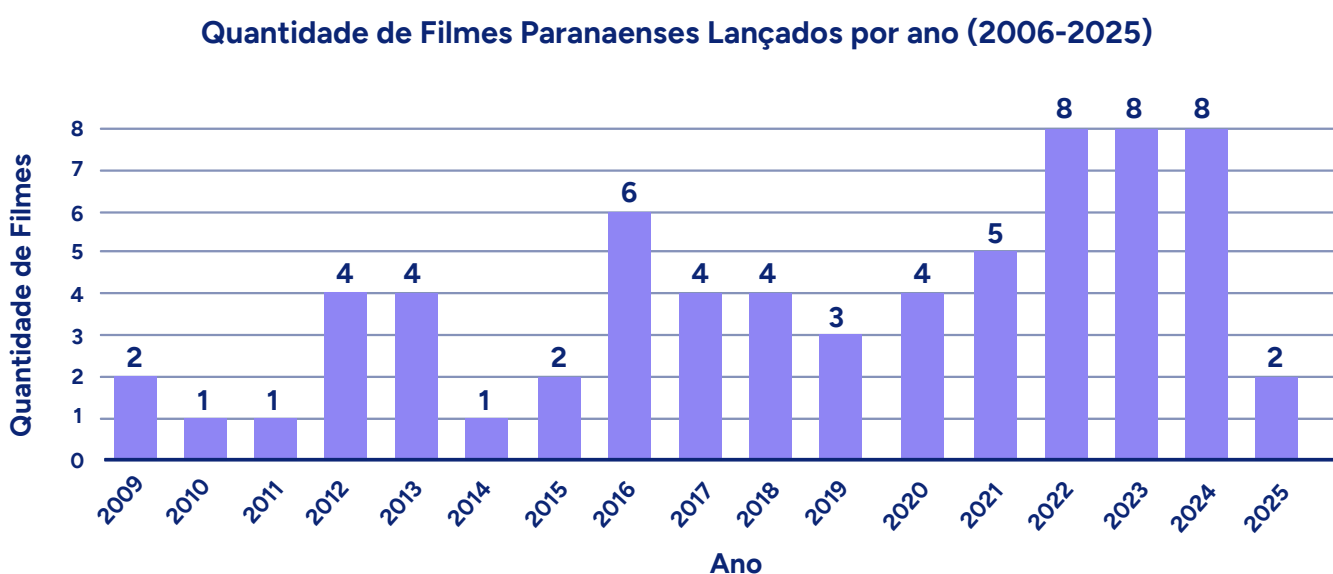
Apesar de potencialmente preocupante, diante de tal dado isoladamente, não é possível fazer uma avaliação mais acurada dos reais impactos da Lei Paulo Gustavo no Paraná, contudo ele é uma indicação de que análises mais aprofundadas sobre os editais vinculados à Lei no estado devem ser conduzidas uma vez que sejam divulgados os resultados dos processos de prestação de contas de cada edital.

Acerca das políticas afirmativas, como previsto na Lei, em todos os editais avaliados. Porém poucos dos resultados dos editais foram explícitos sobre quais foram os beneficiados por tais políticas, o que nos impede de fazer considerações neste sentido.

Filmes Paranaenses Lançados Comercialmente

A partir de relatório da ANCINE (2025) e sistematização de dados no Anexo I, foram identificados 67 filmes do Paraná lançados comercialmente no Brasil entre 2009 e 2025, representando 1% do total de lançamentos. Estes filmes alcançaram um público de 219.934 espectadores e geraram uma receita de R\$ 2,22 milhões, com uma receita média de R\$ 33.165,79 por filme. A Figura 11 mostra o número de lançamentos por ano:

Figura 11- Quantidade de Filmes Paranaenses Lançados por ano (2006-2025)



Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

Os filmes de ficção lideram os lançamentos paranaenses (42 filmes), seguidos por documentários (23) e animações (2).

Um dado relevante é que 47,76% dos filmes paranaenses (32 de 67) foram distribuídos por distribuidoras do próprio estado, demonstrando uma articulação importante entre produção e distribuição local. No período de 17 anos retratado pela ANCINE, houve um aumento da quantidade de filmes lançados nos anos de 2022, 2023 e 2024 (8 títulos em cada ano), o que representa 35% dos filmes lançados no período, conforme gráfico acima.

Nos gráficos abaixo são retratados os top 10 filmes paranaenses em termos de renda e público. Como esperado, há uma grande convergência entre os títulos com maior público e maior renda: 8 obras encontram-se em ambos top 10. Assim como no cenário geral dos filmes paranaenses lançados comercialmente, nos top 10 também há uma forte presença de distribuidoras paranaenses: 6 nos filmes com maior renda e 7 nos filmes com maior público.

Figura 12- Top 10 filmes Paranaenses de Maior Renda

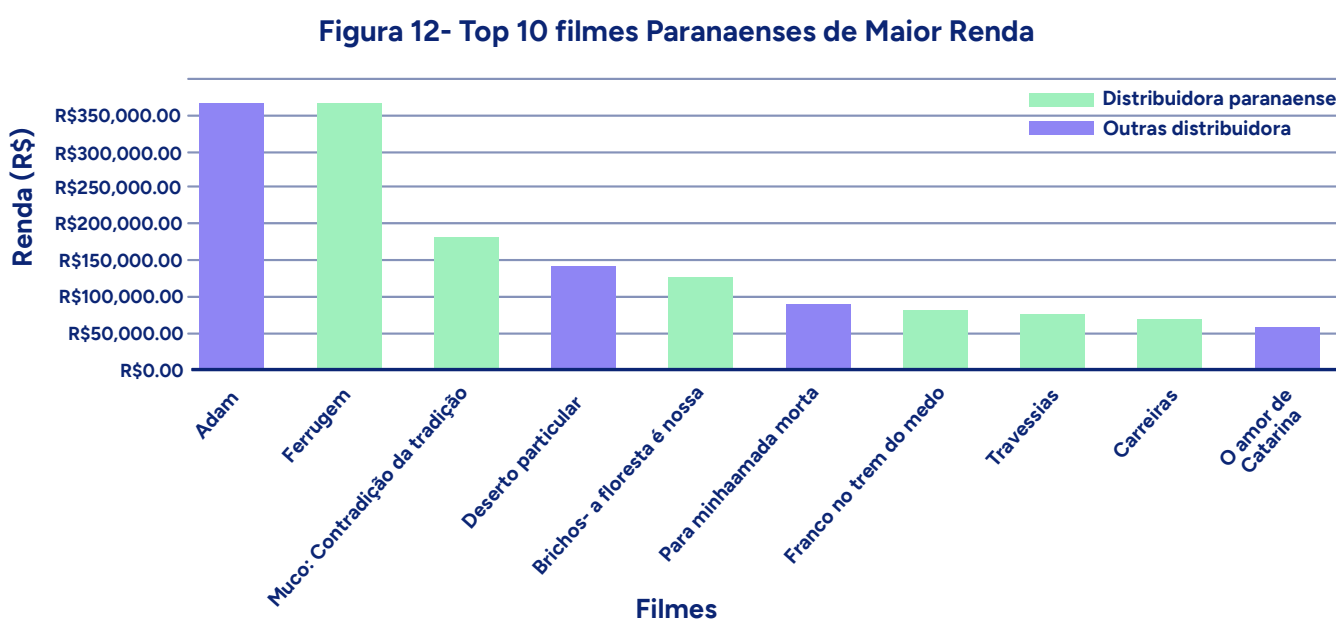
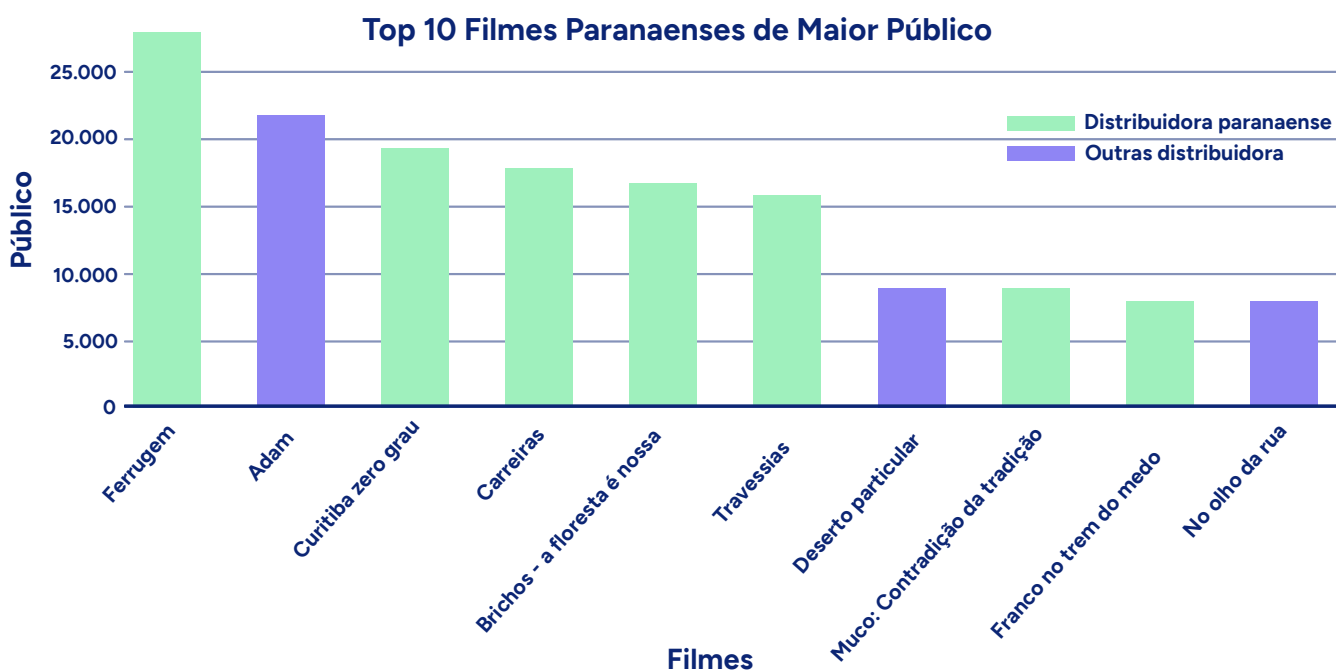


Figura 13-Top 10 Filmes Paranaenses de Maior Público



Eixo B

Compilação de dados sobre a cadeia produtiva

Introdução

O setor audiovisual no Paraná consolidou-se, nas últimas duas décadas, como um dos eixos mais dinâmicos da economia criativa regional e uma força ascendente na estrutura produtiva nacional. Embora historicamente não integre os polos hegemônicos do audiovisual, Rio de Janeiro e São Paulo, o Paraná construiu uma base produtiva consistente, articulando produção independente, distribuição, exibição comercial e circulação digital, e se posiciona como um dos principais centros audiovisuais do país.

Desenvolvimento

O desenvolvimento audiovisual – entendido como o conjunto de atividades de criação, pesquisa, roteirização, planejamento e captação de projetos – constitui um elo estratégico na cadeia produtiva e um dos principais indicadores de vitalidade criativa de uma região.

Segundo a ANCINE (2025), o Paraná conta atualmente com mais de 740 produtoras independentes registradas, das quais cerca de 25% possuem CPBs em estágios de pré-produção ou desenvolvimento — o que equivale a aproximadamente 180 projetos ativos nessa fase. Esse percentual é ligeiramente superior à média nacional (22%), indicando maior densidade de projetos autorais em processo de estruturação. Além disso, as linhas de desenvolvimento do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) — especialmente as Chamadas Públicas Regionais e as Linhas C e D — beneficiaram 17 projetos paranaenses entre 2018 e 2023, abrangendo longas, séries e animações em etapas de escrita e reformulação de argumento.

Avaliando a LPG no Estado, 5 dos 19 editais estabeleceram benefícios para a etapa de desenvolvimento, seja fomentando o desenvolvimento de obras específicas (em geral longas e séries, em poucos casos curtas), seja fomentando núcleos criativos, que devem se dedicar ao desenvolvimento de mais de um projeto, o que representou um marco na inclusão de linhas voltadas ao desenvolvimento no estado. Dos R\$95,7 milhões executados no Paraná (seguindo recorte do presente estudo), aproximadamente R\$4,1 milhões (4,3%) foram destinados especificamente a módulos de desenvolvimento de roteiros e projetos — contemplando 56 propostas em diferentes gêneros e formatos, das mais de 247 inscrições. Esse volume é expressivo quando comparado aos ciclos anteriores da Lei Aldir Blanc (2020), que não previam destinações diretas a essa fase. Assim, a LPG consolidou o reconhecimento institucional da etapa de desenvolvimento como atividade criativa e técnica autônoma, fundamental para o amadurecimento do ecossistema audiovisual paranaense.

Além do fomento, estruturas formativas têm impacto direto na profissionalização de roteiristas e produtores executivos do estado, ampliando o número de projetos paranaenses que chegam aptos à inscrição em editais nacionais e coproduções internacionais. Portanto, devem ser consideradas estratégicas dentro do ecossistema audiovisual local.

Distribuição

De acordo com os dados da ANCINE (2025), o Paraná possui 122 distribuidoras registradas, correspondendo a cerca de 4,5% do total nacional, o que o posiciona entre as cinco unidades federativas com maior presença nesse segmento. Esse número é expressivo quando comparado ao tamanho relativo do mercado local e pode indicar capacidade organizacional no licenciamento e na difusão de obras regionais.

O perfil predominante é o das distribuidoras de pequeno e médio porte, voltadas a circuitos alternativos, festivais, TVs públicas e plataformas digitais, em vez das redes comerciais de larga escala. Tal estrutura favorece a circulação de obras independentes e documentais, mas pode impor limites à penetração em mercados de maior retorno financeiro, como o circuito comercial de salas. A integração do Paraná em programas como as Chamadas de TVs Públicas (FSA) e o fortalecimento da presença estadual em plataformas de vídeo sob demanda (VOD) têm compensado parcialmente essa lacuna, ampliando o acesso das produções locais a audiências nacionais e internacionais.

Ao avaliar os dados da ANCINE sobre filmes com lançamentos comerciais, é possível aprofundar as análises sobre as distribuidoras do estado. De 2010 a 2025, somente 12 distribuidoras realizaram lançamentos comerciais, 10% do total de distribuidoras registradas na ANCINE.

As distribuidoras paranaenses, em sua totalidade, geraram uma renda somada de R\$ 1.631.056,15 e atraíram um público total de 174.249 espectadores com o lançamento de 68 títulos, dos quais 32 foram filmes do Paraná e 36 não paranaenses.

O cenário de distribuição no estado é marcado por uma notável concentração de mercado, ao mesmo tempo que revela a existência de players de nicho com alto impacto e empresas com participações esporádicas.

A Olhar Distribuição de Filmes LTDA se destaca como a principal força do mercado paranaense em termos de volume. A empresa é responsável por 39 dos 68 títulos lançados, o que corresponde a 57% do total de filmes distribuídos por empresas do estado. Em termos financeiros, sua dominância é igualmente clara, com uma renda somada de R\$ 787.151,04, representando 48% do faturamento total do setor no período.

Contudo, a Olhar apresenta resultados em volume, não em retorno por título. Sua média de renda por filme (R\$ 20.183,36) e de público por filme (1.685 espectadores) são relativamente modestas quando comparadas a outras distribuidoras paranaenses, indicando um portfólio amplo e diversificado, mas com menor impacto individual por obra.

Em contraste, algumas distribuidoras demonstram uma notável eficiência, alcançando resultados expressivos com um número mínimo de lançamentos. A Cinelando Produções Artísticas LTDA e a Tecnokena Audiovisual e Multimídia EIRELI são os exemplos mais claros, cada uma com apenas um título lançado.

- A Cinelando obteve a maior média de renda por título do mercado, com R\$ 181.067,85, tendo lançado somente um filme, "MUCO : CONTRADIÇÃO DA TRADIÇÃO".

- A Tecnokena alcançou a segunda maior média de renda (R\$ 134.147,41) e a maior média de público por título (16.603 espectadores), também com o lançamento de um só filme, "BRICHOS - A FLORESTA É NOSSA".

A Sirino e Silvestre LTDA-ME também merece destaque, posicionando-se como um player de equilíbrio. Com apenas 4 títulos, alcançou a segunda maior renda somada (R\$ 288.321,86) e o segundo maior público (61.280 espectadores), ostentando uma excelente média de público por título (15.320), o que demonstra uma curadoria eficaz e com forte apelo comercial.

A Moro Comunicação LTDA se posiciona como a segunda distribuidora mais prolífica, com 13 títulos. No entanto, seus indicadores de renda e público (R\$ 128.731,22 e 11.648, respectivamente) e suas baixas médias por título (R\$ 9.902,40 de renda e 896 de público) a colocam em uma faixa de atuação intermediária, com um volume que não se traduz em liderança de mercado.

É importante notar que sete das doze distribuidoras lançaram apenas um filme no período analisado. Tais empresas parecem atuar de forma pontual, baseada em projetos específicos, em vez de manter uma operação de distribuição contínua. Além disso, dez desses filmes foram produzidos e distribuídos pela mesma empresa, sendo as empresas listadas a seguir:

- TECNOKENA AUDIOVISUAL E MULTIMIDIA EIREL: 1 filme produzido e distribuído por ela lançado
- CINELANDO PRODUÇÕES ARTÍSTICAS LTDA: 1 filme produzido e distribuído por ela lançado
- SIRINO E SILVESTRE LTDA-ME: 1 filme produzido e distribuído por ela lançado
- MAQUINA FILMES LTDA: 2 filmes produzidos e distribuídos por ela lançados
- GRAFO AUDIOVISUAL LTDA: 1 filme produzido e distribuído por ela lançado
- SAMBAQUI CULTURAL CINE VÍDEO LTDA: 1 filme produzido e distribuído por ela lançado
- GP7 CINEMA LTDA: 1 filme produzido e distribuído por ela lançado
- KINOPUS AUDIOVISUAL LTDA - ME: 2 filmes produzidos e distribuídos por ela lançados

Tal circunstância pode ser atribuída a dois motivos: essas empresas estão maduras o suficiente para atuar em mais de um elo da cadeia do setor audiovisual ou há uma falta de interesse de distribuidoras mais consolidadas em distribuir esses títulos. É difícil chegar a uma conclusão de qual hipótese é a mais correta sem fazer uma avaliação da trajetória de cada título e de cada empresa.

A tabela a seguir resume os principais indicadores de desempenho de cada distribuidora, permitindo uma visualização clara das diferentes estratégias e posicionamentos no mercado.

Tabela 7- Distribuidoras Paranaenses

Distribuidora	Títulos Lançados	Renda Somada (R\$)	Público Somado	Média de Renda por Título (R\$)	Média de Público por Título
OLHAR DISTRIBUICAO DE FILMES LTDA	39	787.151,04	65.712	20.183,36	1.685
SIRINO E SILVESTRE LTDA-ME	4	288.321,86	61.280	72.080,47	15.320
MORO COMUNICACAO LTDA	13	128.731,22	11.648	9.902,40	896
CINELANDO PRODUcoes ARTISTICAS LTDA	1	181.067,85	9.124	181.067,85	9.124
TECNOKENA AUDIOVISUAL E MULTIMIDIA EIRELI	1	134.147,41	16.603	134.147,41	16.603
MAQUINA FILMES LTDA	2	31.313,13	3.228	15.656,57	1.614
KINOPUS AUDIOVISUAL LTDA - ME	3	17.325,42	1.579	5.775,14	526
GRAFO AUDIOVISUAL LTDA	1	17.365,10	2.068	17.365,10	2.068
SAMBAQUI CULTURAL CINE VÍDEO LTDA	1	16.316,00	1.461	16.316,00	1.461
GP7 CINEMA LTDA	1	16.015,10	1.394	16.015,10	1.394
CURITIBA ARTE - INSTITUTO CURITIBA DE ARTE E CULTURA	1	10.667,80	974	10.667,80	974
CAZUMBA PRODUcoes CULTURAIS LTDA	1	2.635,08	247	2.635,08	247

Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

O cenário de distribuição audiovisual no Paraná é um ecossistema dual: de um lado, é dominado em volume pela Olhar Distribuição, que lança a maioria dos filmes; de outro, é caracterizado pela eficiência de players de nicho, como Cinelando e Tecnokena, que alcançam retornos expressivos com um único projeto. A Sirino e Silvestre emerge como um modelo de sucesso equilibrado, combinando um portfólio enxuto com apelo de público e renda.

A grande quantidade de distribuidoras com um único lançamento sugere um setor com baixa barreira de entrada para projetos pontuais, mas com alta dificuldade para consolidar operações de distribuição contínuas e sustentáveis.

Ao avaliar o único edital da Lei Paulo Gustavo (dentre os 19 avaliados) que dedicou apoio à

distribuição de filmes, que foi o Edital de Apoio para Circulação, Distribuição e Licenciamento para Projetos de Obras Audiovisuais, do Estado do Paraná (Edital N.º 007/2023), é notável a baixa execução. Dos R\$ 6.907.553,77 previstos só foram executados R\$ 1.817.716,50. Com 21 inscrições, somente 13 projetos foram selecionados.

Exibição e difusão

O Informe do Mercado Cinematográfico (ANCINE, 2024) reforça o peso do Paraná na cadeia exibidora nacional. O estado registrou 6,89 milhões de espectadores e R\$ 134,3 milhões de renda, o equivalente a 5,4% da renda nacional de bilheteria. Com 233 salas de cinema e 63 complexos, o Paraná atingiu o maior número de salas da sua história recente, superando os níveis pré-pandemia e mantendo densidade exibidora superior à média nacional (19,7 salas por milhão de habitantes contra 17,4 no Brasil).

No âmbito da LPG no estado, dos editais avaliados, 7 beneficiaram o mercado exibidor, somando módulos voltados para salas de cinema e para cinemas itinerantes. Dos valores divulgados, R\$ 9.617.966,15 foram executados em prol dos exibidores, com a seleção de 20 iniciativas, das mais de 29 inscritas. Houve uma média de mais de R\$ 480 mil de recursos investidos por contemplado.

Eventos de Mercado, Mostras e Festivais

Parte significativa da cadeia do audiovisual são os eventos de mercado, mostras e festivais. Tais eventos geram negócios, formam público e permitem a valorização e a difusão do audiovisual localmente.

No âmbito dos editais avaliados da LPG, 6 incluíram módulos específicos para beneficiar mostras e festivais. Considerando os valores informados, R\$ 3.422.281,87 foram executados contemplando 23 iniciativas, de um total de 60 inscritas. Abaixo há um levantamento de eventos audiovisuais realizados no estado nos últimos anos.

Quadro 5 - Eventos de destaque do setor audiovisual no Paraná de 2015 a 2025

Nome do Evento	Cidade	Foco / Público-Alvo	Observações
Olhar de Cinema - Festival Internacional de Curitiba	Curitiba	Festival de exibição e mercado de cinema internacional e nacional	Vitrola "Mirada Paranaense", apresenta ao público um panorama da produção audiovisual local.
MECI - Mercado do Cinema Independente	Curitiba	Mercado especializado: pitching, negócios coproduções	Evento de mercado do Olhar de Cinema
Festival Kinoarte de Cinema	Londrina	Festival de cinema brasileiro e regional	Foco em obras iberoamericanas, paranaenses e londrinenses
3 Margens Festival Latino-Americano de Cinema	Foz do Iguaçu (inclui Ciudad del Este-PY e Puerto Iguazú-AR)	Festival e fórum de mercado em região de fronteira; curtas e longas latino-americanos	Foco na produção latinoamericana e caribenha
Curta Paranaçuá - Festival de Curtas-Metragens	Paranaçuá	Festival competitivo de curtas-metragens	Primeira edição em setembro de 2024. Não há registros de continuidade em 2025.
FICSAMAS - Festival Internacional de Cinema de São Mateus do Sul	São Mateus do Sul	Festival internacional como foco em cinema independente	Relativamente recente, sendo a primeira edição em 2024.
FESTCINE - Festival de Cinema de Pinhais	Pinhais	Festival regional (curtas/longas)	Em sua 13ª edição anunciando para 2025.
Festival de Audiovisualidades do MAC Paraná	Curitiba	Mostras competitivas, vídeo-arte, produção contemporânea	Primeira edição em 2024, sem registros de continuidade em 2025
Mostra de Cinema de Cascavel	Cascavel	Mostra regional de cinema	Foco em talentos da região
Festival de Cinema de Curucaca	Guarapuava	Foco em produções do interior paranaense	Primeira edição em 2025

Fonte: Elaboração própria com base nos editais da LPG lançados entre 2023 e 2024 das regiões: Curitiba, Foz do Iguaçu, Londrina, Maringá, Paraná e Ponta Grossa.

Apesar de haver uma gama considerável de eventos, ainda é tímida a presença de eventos de mercado no Paraná em comparação com o cenário nacional, onde há eventos de mercado mais estruturados, como Rio2C, Expocine, Max BH, FAM, NordesteLab, Festival de Brasília, entre outros.

Fortes eventos de mercado possibilitam negócios, tanto com o envolvimento de empresas e profissionais de fora do estado, bem como entre empresas e profissionais paranaenses; são uma ferramenta fundamental no avanço de um setor audiovisual competitivo, portanto devem ser alvo de políticas públicas que os alavanquem.

A Cadeia do Audiovisual Paranaense no Cenário Nacional

A análise integrada das fontes indica que o Paraná ocupa um lugar singular no sistema audiovisual brasileiro:

Quadro 5 - Eventos de destaque do setor audiovisual no Paraná de 2015 a 2025

Dimensão	Situação do Paraná	Posição relativa nacional
Agentes econômicos	941 registrados (740 independentes)	5º lugar
Produtoras com CPB	784 títulos	5º lugar
Obras em VOD	118 títulos	4º lugar
Público em salas (2024)	6,89 milhões	4º lugar
Trabalhadores criativos	290 mil	4º lugar
Valor adicionado (estimado)	R\$ 1,5–1,7 bilhões	5º lugar

Fonte: Elaboração própria, fontes ANCINE, 2025 e Observatório do Itaú Cultural, 2025.

O estado, portanto, apresenta relativo grau de consolidação, com uma participação constante no mercado nacional. Alguns dos desafios são avançar na verticalização da cadeia e na sofisticação das políticas de fomento, de modo a converter seu potencial criativo em escala e sustentabilidade econômica.

Eixo C

Levantamento socioeconômico

Esta seção tem como objetivo oferecer um panorama dos aspectos sociais e econômicos do setor audiovisual paranaense, destacando informações chave sobre o mercado de trabalho, a remuneração, a composição empresarial e os indicadores financeiros do setor, destacando tendências observadas entre 2011 e 2025.

No plano econômico, o estudo “Valor Adicionado pelo Setor Audiovisual” (ANCINE, 2019) estima que o audiovisual contribui com 0,46% do PIB nacional, somando R\$ 27,9 bilhões em valor adicionado. Com base na participação do Paraná na economia criativa brasileira (cerca de 6% segundo o Itaú Cultural), o estado pode ser estimado como responsável por algo entre R\$ 1,5 e 1,7 bilhão desse total do ano de 2019. Contudo, não há dados da ANCINE mais recentes sobre o PIB do audiovisual.

O Estudo sobre Emprego no Setor Audiovisual (ANCINE, 2019) indica que o audiovisual brasileiro empregava em 2019, 82 mil trabalhadores formais. Pelos dados do Observatório Itaú Cultural (2024), o Paraná ocupa a 4ª posição nacional em número de trabalhadores criativos, totalizando cerca de 290 mil profissionais — número que abrange o conjunto da economia criativa (cultura, consumo e tecnologia).

De acordo com dados do Sistema de Informações e Indicadores Culturais (SIIC/IBGE), o Paraná concentrava, em 2021, 8% das unidades locais de empresas brasileiras do setor cultural, registrando um crescimento de 0,8 ponto percentual em relação a 2011, quando o índice era de 7,2%.

No mesmo período, o número de trabalhadores assalariados na área cultural passou de 105.385 em 2011 para 107.237 em 2021, o que representa um aumento de 1.852 postos formais de trabalho. A participação do estado no total nacional manteve-se constante, em torno de 6,7% do pessoal ocupado no setor cultural brasileiro.

A capital Curitiba apresenta papel de destaque, concentrando 50,5% de todo o pessoal assalariado do setor cultural do estado, reafirmando sua condição de principal polo de produção e difusão cultural do Paraná.

O salário médio mensal do setor cultural no Paraná apresentou variação positiva de 4,6% entre 2011 e 2021, passando de R\$3.004,00 para R\$3.141,00. Em Curitiba, o crescimento foi mais expressivo, de 5,5% no mesmo período, com o salário médio mensal subindo de R\$3.828,00 em 2011 para R\$4.039,00 em 2021. Tanto no Paraná quanto em Curitiba, ao corrigir com a inflação pelo IPCA, não houve aumento real entre 2011 e 2021¹.

O domínio cultural das mídias audiovisuais e interativas ocupa posição de destaque dentro das atividades culturais centrais do Paraná. Em 2011, o estado registrava 2.404 unidades locais de empresas nesse segmento, configurando-o como o terceiro maior setor cultural do estado, atrás apenas de “livro e imprensa” (6.135 unidades) e “design e serviços criativos” (2.709 unidades). Dez anos depois, em 2021, o número de empresas do domínio das mídias audiovisuais aumentou para 3.039 unidades, correspondendo a um crescimento de 26,4%. O

peçoal ocupado também apresentou evolução significativa, passando de 14.604 trabalhadores em 2011 para 18.778 em 2021, o que representa um aumento de 28,5%. Esses indicadores demonstram o dinamismo e a expansão contínua do setor audiovisual paranaense.

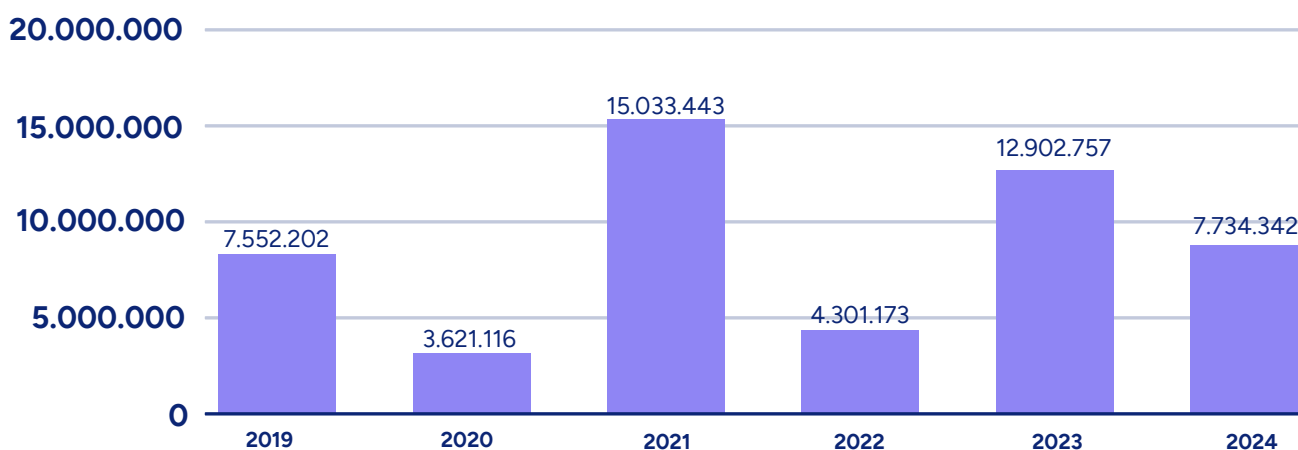
Dados da Receita Federal compilados pelo SEBRAE indicam a existência de 18.907 empresas ativas no subsegmento audiovisual no Paraná. Dentre essas, 6,5% apresentavam dívidas ativas registradas na Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN) em 2024, totalizando R\$111.809.607,00 em débitos — o equivalente a uma dívida média de R\$90.607,00 por empresa.

A análise temporal (2019-2024) mostra que o endividamento do setor sofreu fortes oscilações nos últimos cinco anos, especialmente em decorrência dos efeitos econômicos da pandemia de COVID-19. O volume de dívidas aumentou significativamente em 2021, reduziu em 2022, voltou a crescer em 2023 e apresentou nova queda em 2024, retornando a patamares próximos aos observados no período pré-pandêmico.

¹Corrigido pela inflação pelo IPCA segundo calculadora do IBGE, disponível em <https://www.ibge.gov.br/explica/inflacao.php>

Esse movimento pode indicar um momento de recuperação financeira e estabilização das atividades empresariais do setor após a pandemia, o que indica resiliência no setor

Figura 15- Dívidas com a União do Setor paranaense
Dívidas com a União do Setor paranaense



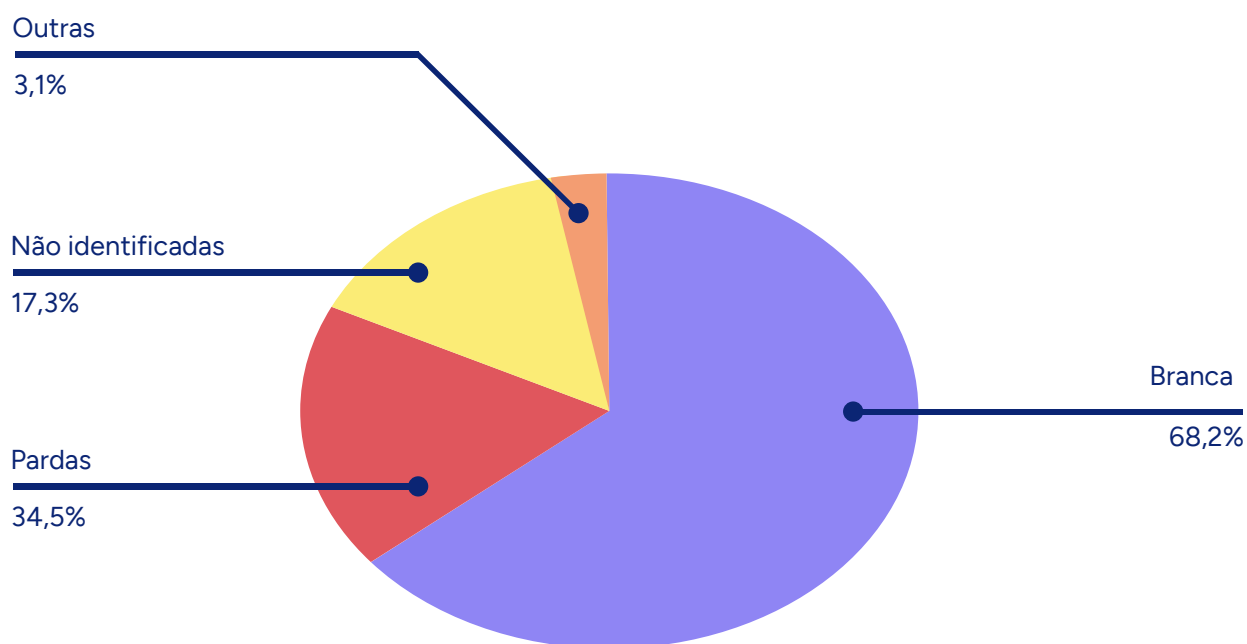
Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

Segundo dados da RAIS do Ministério do Trabalho e Emprego coletados pelo SEBRAE, 29,3% das empresas registradas do setor audiovisual no Paraná possuem empregados.

Vide gráficos abaixo, em relação ao perfil dos profissionais empregados no audiovisual paranaense, 57,7% dos empregados registrados em 2023 eram homens e 68,2% eram pessoas brancas. 57,4% dos profissionais têm escolaridade até o nível médio. 29,5% possuem nível superior e 10,4% possuem apenas o ensino fundamental.

Figura 15- Dívidas com a União do Setor paranaense

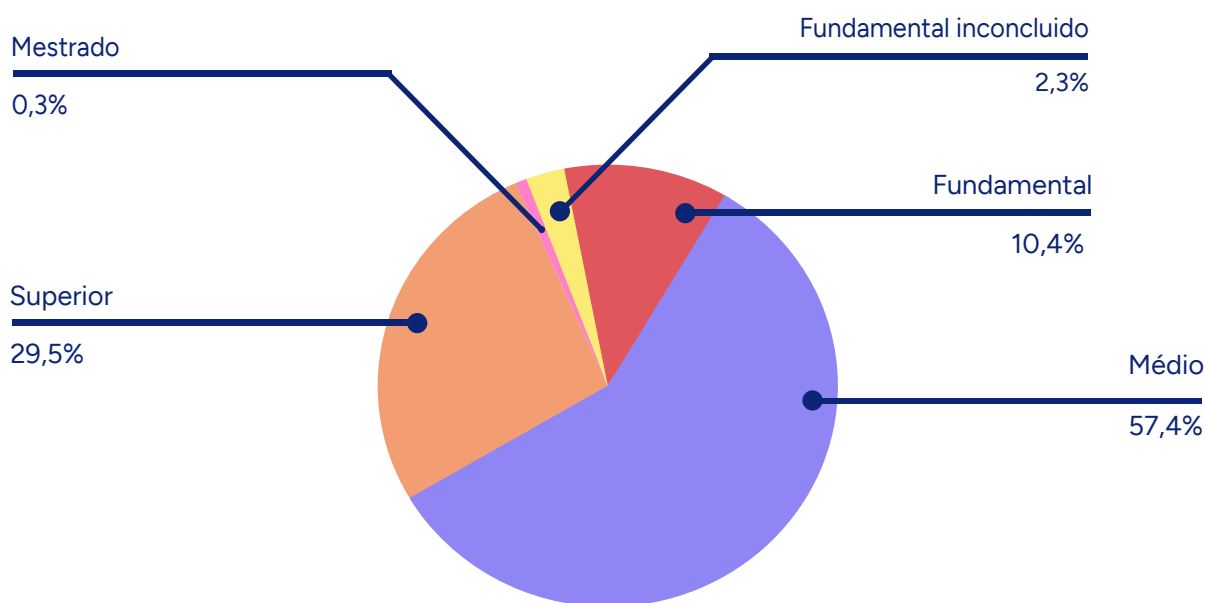
Estoque de empregos por raça no audiovisual paranaense



Fonte: Elaboração Própria, com base nos dados compilados pelo SEBRAE (2025)

Figura 17- Dívidas com a União do Setor paranaense

Proporção de escolaridade no setor



Fonte: Elaboração Própria, com base nos dados compilados pelo SEBRAE (2025)

De acordo com dados de 2025 da Receita Federal em relação a especialização das empresas, 49,4% das empresas registradas são consideradas especializadas porque são identificadas por apenas 1 CNAE (31,2%) ou 2 CNAEs (18,1%); 29,5% são consideradas semi-especializadas, sendo registradas com 3, 4 ou 5 CNAEs e 21,1% são generalistas, com mais de 5 CNAEs.

Formação

Segundo dados do Sistema e-MEC, em julho de 2025, o estado contava com 35 cursos de graduação (entre bacharelados e tecnológicos) ativos voltados à área do audiovisual. Desses, apenas três são oferecidos por Instituições de Ensino Superior (IES) públicas, e somente dois são gratuitos. No total, há 33.993 vagas autorizadas para 2025, das quais apenas 160 pertencem a instituições públicas, ou seja, 0,47% do total.

As IES públicas que ofertam cursos na área são: o curso tecnológico a distância em Produção Audiovisual do Centro Universitário de União da Vitória (UNIUV); o bacharelado presencial em Cinema e Audiovisual da Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA); e o bacharelado presencial em Cinema e Audiovisual da Universidade Estadual do Paraná (UNESPAR).

Na Sede Boqueirão da Faculdade de Artes do Paraná (FAP-UNESPAR) funciona o curso de Cinema e Audiovisual, originalmente criado em 2005 sob o nome de Cinema e Vídeo, além do Mestrado Acadêmico em Cinema e Artes do Vídeo. Já na UNILA, o curso de Cinema e Audiovisual está vinculado ao Instituto Latino-Americano de Arte, Cultura e História (ILAACH), localizado na Unidade Jardim Universitário, em Foz do Iguaçu.

A UNIUV é uma instituição pública mantida pela Fundação Municipal Centro Universitário da Cidade de União da Vitória, e oferece o curso tecnológico em Produção Audiovisual na modalidade a distância, com mensalidade de R\$ 452,80.

Essas três instituições representam diferentes esferas do poder público — municipal (UNIUV), estadual (UNESPAR) e federal (UNILA) — evidenciando uma presença diversificada, porém limitada, da oferta pública na formação em audiovisual.

O curso de Produção Audiovisual é o que possui mais ofertas no estado, seguido de Design de Animação e Cinema e Audiovisual, vide tabela 8 abaixo.

Tabela 8 - Quantidade de cursos ativos por tema

Cursos	Quantidade de cursos ativos
Produção audiovisual	13
Design de animação	8
Cinema e Audiovisual	5
Design de Games	3
Rádio, TV e Internet	2
Filmmaker	2
Engenharia de Design Digital	2

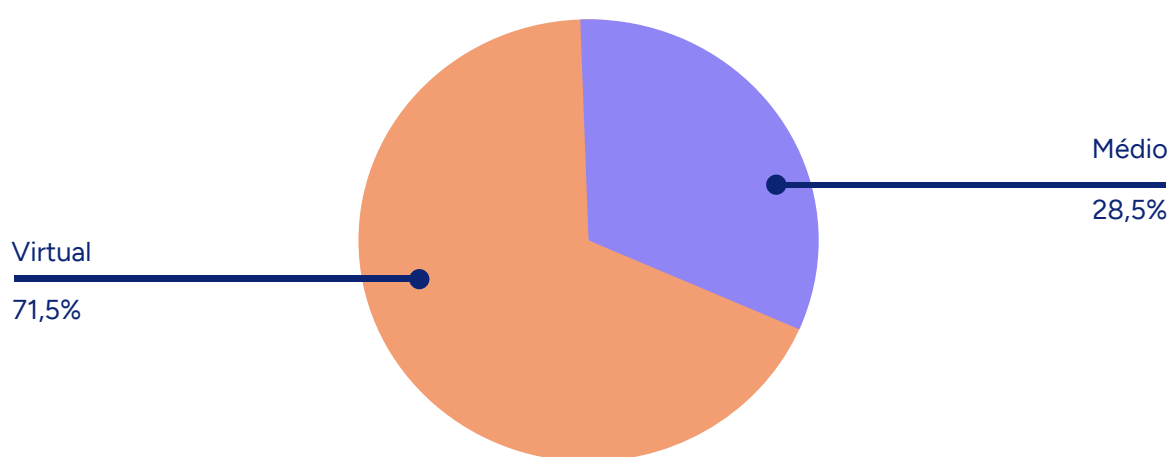
Fonte: Elaboração Própria, com base nos dados do Ministério da Educação (MEC), 2025

De acordo com registros do MEC, 32 dos 35 cursos de graduação ativos na área do audiovisual no estado foram criados após 2016. Apenas três cursos possuem mais de dez anos de funcionamento: Rádio, TV e Internet, da Universidade Maringá (CESPAR), criado em 1998; Cinema e Audiovisual, da Universidade Estadual do Paraná (UNESPAR), iniciado em 2005; e Cinema e Audiovisual, da Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA), criado em 2012. Durante a pesquisa, não foram encontradas informações atualizadas sobre o curso de Rádio, TV e Internet no site da Universidade Maringá, o que pode indicar inatividade ou desatualização dos registros institucionais.

Quanto à modalidade de oferta, observa-se uma predominância do ensino a distância, que representa 71,4% dos cursos de graduação disponíveis. Apenas dez cursos são oferecidos de forma presencial (Figura 18).

Figura 18 - Modalidade dos cursos ativos

Modalidade dos cursos disponíveis em julho de 2025 estado (E-MEC)



Fonte: Elaboração Própria, com base nos dados compilados pelo SEBRAE (2025)

No que se refere à pós-graduação, foram identificados pelo MEC pelo menos 38 cursos de especialização relacionados ao audiovisual, abrangendo áreas diversas como cenografia, direção de arte, trilha sonora, direção cinematográfica, entre outras.

Eixo D

Perfis de municípios prioritários

5.1 Curitiba

Curitiba, capital do estado do Paraná, é um dos principais centros econômicos e urbanos da Região Sul do Brasil. Com população estimada em cerca de 2 milhões de habitantes e área aproximada de 435 km², o município apresenta elevado nível de desenvolvimento urbano e consolidação de setores estratégicos como tecnologia, comércio, serviços, turismo e indústria. Reconhecida por suas políticas públicas de planejamento e gestão ambiental, Curitiba tem se consolidado como polo de inovação e economia criativa, o que vem ampliando sua relevância como cenário e base operacional para produções audiovisuais. Esse

movimento motivou a criação de estruturas institucionais de apoio ao setor, voltadas à articulação entre agentes públicos e privados.

A cidade abriga a Cinemateca de Curitiba, equipamento público dedicado à preservação da memória cinematográfica, à pesquisa, documentação, formação e difusão audiovisual. Seu acervo reúne obras em suportes físico (película) e digital, além de biblioteca e banco de dados especializados. A instituição também desempenha papel formativo e cultural, oferecendo cursos, mostras, retrospectivas, exposições regulares, seminários, palestras e debates, atuando como referência regional na formação e circulação de conteúdos audiovisuais.

Curitiba também sedia o Museu da Imagem e do Som do Paraná (MIS-Paraná), fundado em 1969, segundo mais antigo do gênero no país. O museu possui acervo superior a três milhões de itens, abrangendo registros sonoros, fotográficos, documentais e cinematográficos em diversos formatos (8 mm, 16 mm, 35 mm, VHS e DVD). O acervo inclui ainda equipamentos históricos, como rádios, radiolas, câmeras e projetores, além de uma biblioteca especializada com mais de dois mil títulos, entre livros, periódicos, cartazes e fotografias. O MIS-Paraná cumpre papel central na preservação, pesquisa e difusão do patrimônio audiovisual do estado.

Curitiba é o único município do Paraná que conta com uma film commission própria: a Curitiba Film Commission. A iniciativa é formada por três instituições municipais: a Fundação Cultural de Curitiba (FCC), o Instituto Municipal de Turismo (Curitiba Turismo) e a Secretaria Municipal da Comunicação Social (SMCS).

Criada em 2012, a Curitiba Film Commission foi formalizada por decreto em 2016 e passou a operar plenamente em 2023, com a atualização do decreto de criação e a nomeação do Comitê Gestor da Curitiba Film Commission (CGCFC).

O CGCFC é uma instância colegiada, intersetorial e de caráter deliberativo, composta por seis membros representantes dos órgãos envolvidos, nomeados por ato do Prefeito Municipal:

- 2 (dois) membros da Secretaria Municipal da Comunicação Social – SMCS;
- 2 (dois) membros da Fundação Cultural de Curitiba – FCC;
- 2 (dois) membros do Instituto Municipal de Turismo – Curitiba Turismo.

A coordenação da Curitiba Film Commission é definida pela SMCS.

Atualmente, a atuação da comissão é regulamentada por três decretos municipais:

- Decreto nº 405/2023
- Decreto nº 429/2023
- Decreto nº 2170/2023

A Curitiba Film Commission tem como missão principal criar uma rede de apoio e fomentar a realização de atividades audiovisuais na cidade. Seus serviços incluem:

- Estimular e facilitar a produção nacional e internacional em Curitiba;
- Oferecer apoio técnico e logístico à produção audiovisual;
- Mapear e divulgar cenários públicos — urbanos e rurais — que possam ser utilizados em produções cinematográficas, televisivas ou publicitárias;
- Fornecer informações aos interessados em filmar na cidade, incluindo contatos de prestadores de serviços do setor, estimulando o fortalecimento da cadeia produtiva local.

Como forma de incentivo à produção cultural, educacional e artística, não há cobrança de taxas para filmagens desse tipo em espaços públicos da cidade.

Para produções publicitárias, é sugerida uma contrapartida social: uma doação ao Banco de Alimentos, ao Banco de Ração ou ao Disque Solidariedade, programas municipais que atendem pessoas em situação de vulnerabilidade e animais em abrigos ou lares temporários.

Independentemente do tipo de produção, custos operacionais não são isentos — como, por exemplo, necessidade de agentes de trânsito, fechamento de vias, ou suporte da fiscalização de transporte coletivo. Esses custos são informados no momento da autorização.

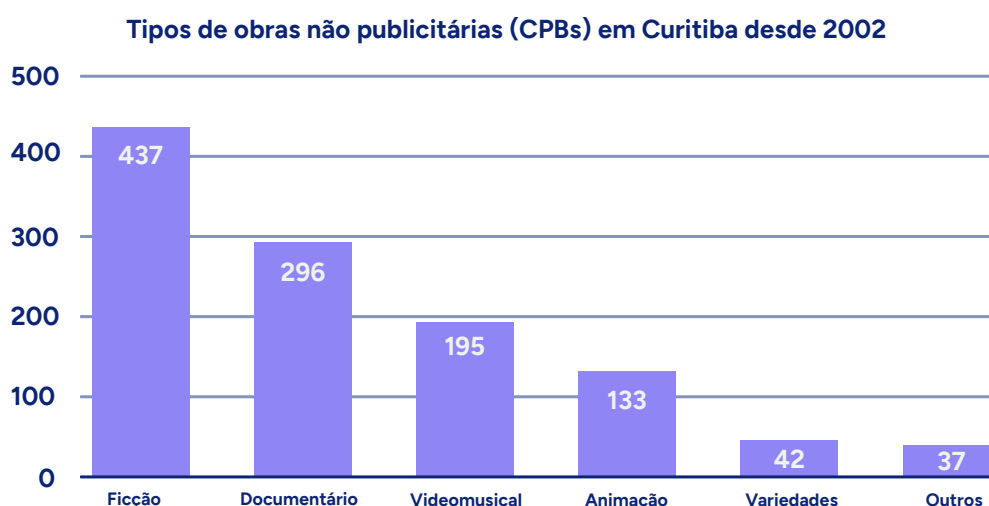
Apresentação dos dados

De acordo com dados da Curitiba Film Commission, até outubro de 2025, a entidade já havia emitido mais de 400 autorizações para filmagens e sessões fotográficas em espaços públicos da cidade (PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA, 2025). Desse total, 14 autorizações foram para curtas e longas-metragens, e 22 para produções publicitárias.

Entre os destaques está o filme “A Arte do Roubo”, uma produção realizada para a Disney.

Segundo dados da ANCINE, Curitiba é o município com maior produção audiovisual do estado, considerando a produção publicitária e não publicitária. Curitiba foi responsável por 1187 Certificados de Produto Brasileiro (CPBs), ou seja, 76% da produção de obras não publicitárias do Paraná entre 2002 e setembro de 2025. A ficção foi o tipo de obra favorita para a produção curitibana desde 2002, com 437 CPBs emitidos, vide gráfico abaixo.

Figura 19- Tipos de obras não publicitárias em Curitiba

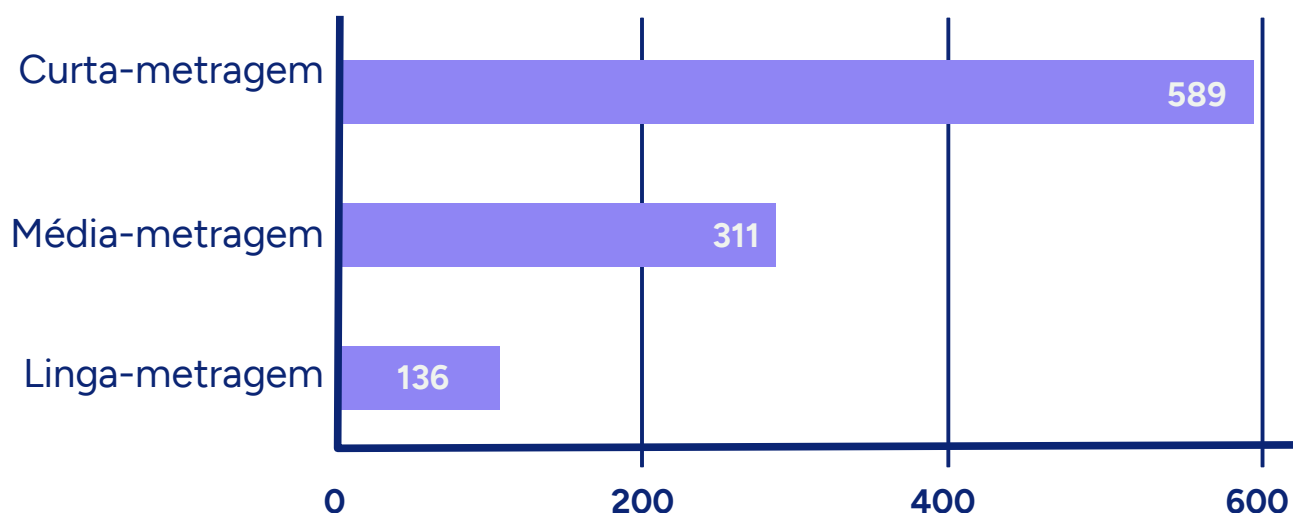


Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

O curta-metragem foi destaque na produção da cidade na série histórica, com 589 CPBs emitidos, 56,8% do total.

Figura 20- Duração CPBs emitidos em Curitiba

Duração CPBs emitidos em Curitiba desde 2002



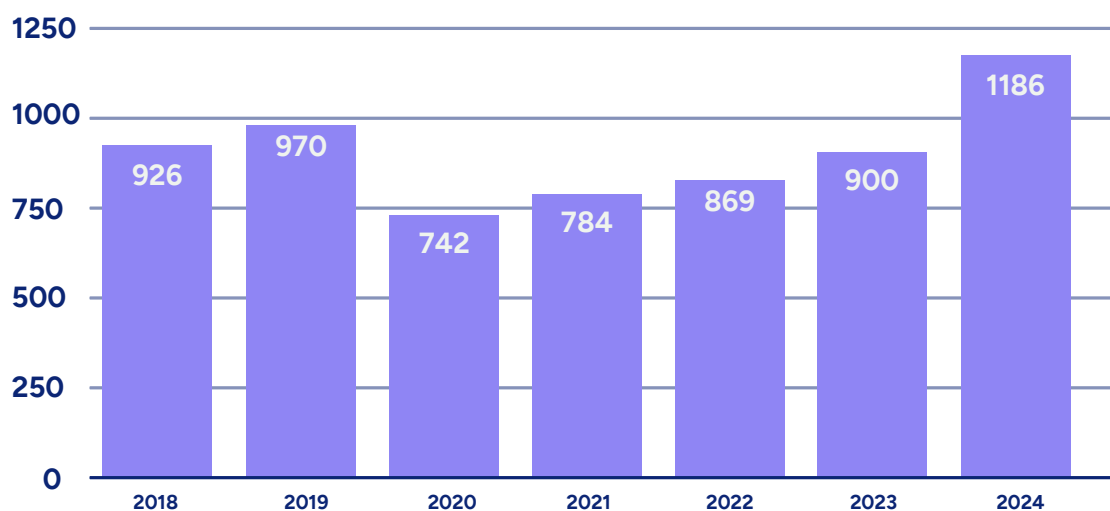
Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

No que diz respeito às coproduções, 7 das 9 coproduções registradas pela ANCINE no estado entre 2015 e 2025 foram realizadas por produtoras sediadas em Curitiba, evidenciando uma liderança da cidade na internacionalização de produções e uma disposição maior de busca por fontes alternativas de recursos.

Em relação a produção publicitária, Curitiba foi responsável por 12.301 dos CRTs publicitários emitidos desde 2013 no estado, o equivalente a 22,4% do total (54.886 CRTs). Houve um aumento significativo das emissões entre 2023 e 2024, com um salto de 900 para 1.186, batendo o recorde da série histórica e superando o valor pré-pandêmico de 970 CRTs. Esse foi um aumento de 31,7% em relação a 2023 e 22,2% em relação a 2019, vide a figura 21.

Figura 20- Duração CPBs emitidos em Curitiba

CRTs emitidos em Curitiba (2018-2024)



Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

Salas de exibição

Curitiba conta atualmente com 17 complexos cinematográficos em funcionamento, totalizando 1.344 salas de exibição. Em 2024, o público nas salas de cinema da cidade somou 3,21 milhões de espectadores, com a exibição de 392 títulos. Isso representa um aumento de 170.638 pessoas em relação a 2023, ou 5,6%. Observa-se um crescimento gradual no número de frequentadores nos últimos cinco anos, embora os patamares anteriores à pandemia ainda não tenham sido plenamente retomados. Em 2019, o público total foi de 4,2 milhões, o que representa uma queda de 24,1% até 2024. Desse público, 92% assistiram a obras estrangeiras, enquanto apenas 8% optaram por produções brasileiras.

A renda dos exibidores em 2024 foi de R\$ 69,5 milhões, um aumento de 6% em comparação com 2023. Assim como o público, a arrecadação também vem se aproximando, de forma gradual, dos níveis pré-pandemia. Em 2019, a renda foi de R\$ 72,22 milhões — valor 3,7% superior ao registrado em 2024. Esse movimento pode estar relacionado, em parte, ao reajuste no preço médio do ingresso, que teve um aumento de 27% no período de cinco anos, chegando a R\$ 17,06. Essa elevação pode ter contribuído para amenizar os efeitos da redução de público sobre a receita dos exibidores.

Em 2024, o preço médio do ingresso de cinema (PMI) em Curitiba foi de R\$ 21,67 — valor superior à média nacional, que ficou em R\$ 19,88. Entre as grandes capitais das regiões Sul e Sudeste, Curitiba apresenta um dos ingressos mais caros, ficando atrás apenas de São Paulo, onde o PMI atingiu R\$ 24,39.

Em comparação, outras capitais registraram preços médios mais baixos, como Rio de Janeiro (R\$ 20,91), Belo Horizonte (R\$ 20,20), Salvador (R\$ 20,12) e Porto Alegre, que teve o menor valor entre elas, com R\$ 19,26.

Produtoras independentes

Curitiba tem 322 produtoras independentes registradas na ANCINE. A imensa maioria (conforme tabela 9) é categorizada como nível 1 pela agência. A Classificação de Nível é determinada pela Instrução Normativa n.º 119, de 16 de junho de 2015 e é a legislação que permite às produtoras independentes captar recursos por meio de fomento indireto administrado pela ANCINE. A empresa produtora que não solicita a classificação de nível é automaticamente enquadrada no Nível 1, o que pode explicar a alta quantidade de produtoras nessa classificação.

Em 2023, houve um aumento no número de produtoras audiovisuais registradas na ANCINE, totalizando 56 novos registros. No entanto, esse movimento foi seguido por uma queda em 2024, quando apenas 37 empresas foram registradas.

Tabela 9. Produtoras de Curitiba por classificação de nível

Classificação de nível	Nº de produtoras
Nível 1	302 produtoras
Nível 2 (2 obras)	10 produtoras
Nível 3 (4 obras)	4 produtoras
Nível 4 (6 obras)	5 produtoras
Nível 5 (12 obras)	1 produtora

Fonte: elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

Segundo dados do e-MEC (2025), Curitiba conta com 28,5% dos cursos de graduação (bacharelado e tecnológico) em audiovisual do estado. É sede também de uma das únicas 2 ofertas públicas e gratuitas para graduação em audiovisual no estado, o curso de Cinema e Audiovisual da Faculdade de Artes do Paraná (FAP) da Universidade Estadual do Paraná (UNESPAR).

Análise SWOT

Curitiba se posiciona como liderança no audiovisual paranaense e um polo emergente e promissor do audiovisual no Sul do Brasil, com destaque pela organização institucional (Curitiba Film Commission) e ambiente urbano propício para produções. O desafio está em fortalecer a cadeia produtiva local, ampliar o consumo de conteúdo nacional, estruturar e fortalecer mecanismos de fomento e formação continuada que permitam ao setor competir com outros centros consolidados no país. Um caminho de interesse pode ser o apoio aos programas de formação disponíveis e às produtoras na capacitação para busca de modelos alternativos de negócio e fontes diversas de financiamento.

Forças (Strengths)	Fraquezas (Weaknesses)
Curitiba Film Commission — estruturada e ativa, com operação plena desde 2023, apoiando produções e simplificando processos de autorização.	Predominância de produtoras de pequeno porte (nível 1), com baixa capacidade de captação de recursos.
Reconhecimento nacional e internacional da cidade como polo inovador e criativo.	Baixo consumo de obras brasileiras nas salas de cinema (apenas 8% do público).
Número expressivo de autorizações para filmagens (400+ até outubro de 2025).	Preço médio do ingresso relativamente elevado (R\$21,67), o que pode limitar o acesso e a formação de público local.
Custo reduzido para produções culturais e educacionais , com isenção de taxas em espaços públicos.	
Infraestrutura urbana moderna e diversidade de cenários urbanos e naturais adequados para produções.	

Rede local de produtoras independentes (322 registradas na ANCINE).	
Presença de instituições de ensino em audiovisual , incluindo a UNESPAR (um dos únicos 2 cursos públicos e gratuitos no estado).	
Recuperação gradual do público nas salas de cinema , indicando retomada do consumo cultural pós-pandemia.	
Liderança estadual nas coproduções internacionais , o que mostra que algumas produtoras locais estão mobilizadas para buscar parcerias internacionais e fontes alternativas de recursos.	
Oportunidades (Opportunities)	Ameaças (Threats)
Expansão de produções nacionais e internacionais com apoio da Film Commission e incentivos locais.	Concorrência crescente de outros polos audiovisuais brasileiros como São Paulo, Rio de Janeiro e Porto Alegre.
Crescimento do turismo cinematográfico , atraindo visitantes a partir de locações mostradas em obras audiovisuais.	Cenário político e econômico nacional instável , que pode reduzir investimentos em cultura.
Acesso a novas formas de financiamento via leis de incentivo, editais estaduais e fundos internacionais.	Dependência de políticas públicas municipais — mudanças de gestão podem descontinuar ações.
Crescimento das plataformas de streaming , que ampliam a demanda por conteúdo independente.	Desigualdade no acesso a recursos federais via ANCINE, que tende a favorecer centros mais consolidados.
Promover investimentos em educação e formação profissional , com cursos técnicos e universitários em audiovisual.	Flutuações no consumo de cinema presencial , diante da consolidação do streaming.

5.2 Londrina

Londrina, localizada no norte do Paraná, é o segundo maior município do estado, com população estimada em mais de 580 mil habitantes e área aproximada de 1.652 km². Reconhecida por sua vitalidade econômica e diversidade cultural, a cidade consolidou-se como um dos principais polos de produção audiovisual do interior do estado. Sua posição estratégica, infraestrutura urbana consolidada e histórico de políticas públicas de fomento fazem de Londrina um território emergente no cenário audiovisual paranaense.

Panorama Institucional e Políticas Públicas

O setor audiovisual londrinense é estruturado sob a coordenação da Secretaria Municipal de Cultura (SMC), em articulação com o Conselho Municipal de Política Cultural (CMPC) e o

Arranjo Produtivo Local (APL) Audiovisual.

O APL tem como finalidade estimular a diversificação da produção e fortalecer a produção independente e regional, buscando o incremento da oferta e a melhoria permanente do padrão de qualidade. Essa articulação integra Londrina ao ecossistema estadual de economia criativa, promovendo o diálogo entre poder público, setor produtivo e sociedade civil.

A cidade também participou de programas de mentoria do SEBRAE-PR, em colaboração com a Paraná Film Commission, e realizada pela Filmhub Consultoria, com o objetivo de criar uma film commission local. Essa futura estrutura visa institucionalizar o atendimento às produções, atrair investimentos e facilitar filmagens, consolidando Londrina como um polo competitivo na rede nacional de film commissions.

Fomento e Investimentos Públicos

Londrina destaca-se pela continuidade e diversificação de suas políticas de fomento. Desde 2017, o município investiu cerca de R\$ 46 milhões em ações de apoio direto à cultura, com destaque para os seguintes programas:

- Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) – em 2017, foram investidos R\$ 4 milhões em parceria com a ANCINE, resultando na seleção e financiamento de 16 projetos audiovisuais locais. A iniciativa profissionalizou produtoras independentes e consolidou padrões técnicos e administrativos de referência.
- Lei Aldir Blanc (2020) – permitiu a manutenção das atividades culturais durante a pandemia, beneficiando centenas de artistas e espaços culturais e estabelecendo bases administrativas que seriam utilizadas pela Lei Paulo Gustavo.
- Lei Paulo Gustavo (2023) – destinou R\$ 4.306.801,98 ao município, dos quais 70% (R\$ 3 milhões) foram voltados ao audiovisual. Os recursos contemplaram desenvolvimento de projetos, curtas, longas, videoclipes, apoio a salas de exibição e cineclubes, e ações de formação técnica.

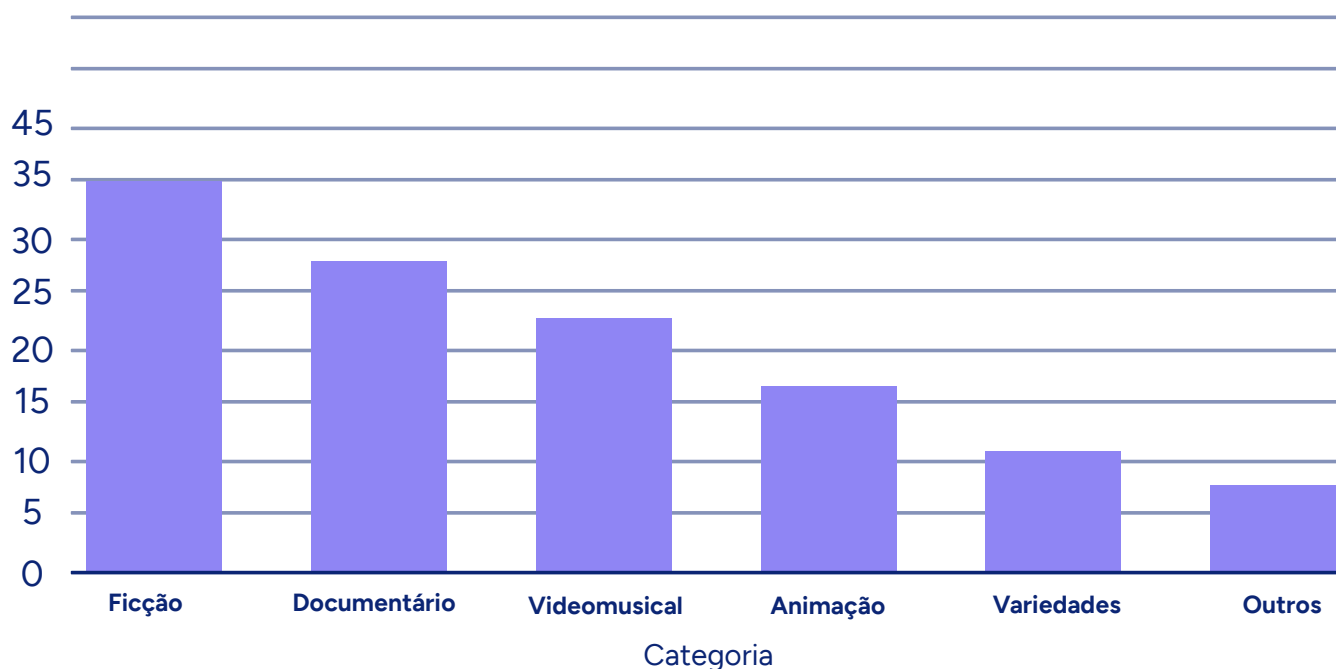
Essas políticas de fomento, articuladas ao APL Audiovisual, garantiram a maturação do ecossistema local e podem ter sido o diferencial para a expansão do número de produtoras registradas na ANCINE, que passaram de 3 em 2020 para 11 em 2025, segundo dados do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA).

O município não executou editais dedicados ao setor audiovisual com exceção dos programas com vinculação ao Governo Federal, como os descritos acima, o que pode ser um ponto de atenção para o desenvolvimento do setor audiovisual local.

Produção Audiovisual

De acordo com dados do OCA, Londrina contabiliza 85 Certificados de Produto Brasileiro (CPBs) emitidos desde 2002, número expressivo para um polo fora das capitais. Tais obras seguem a tipificação conforme gráfico abaixo.

Tipos de obras não publicitárias (CPBs) em Londrina desde 2002

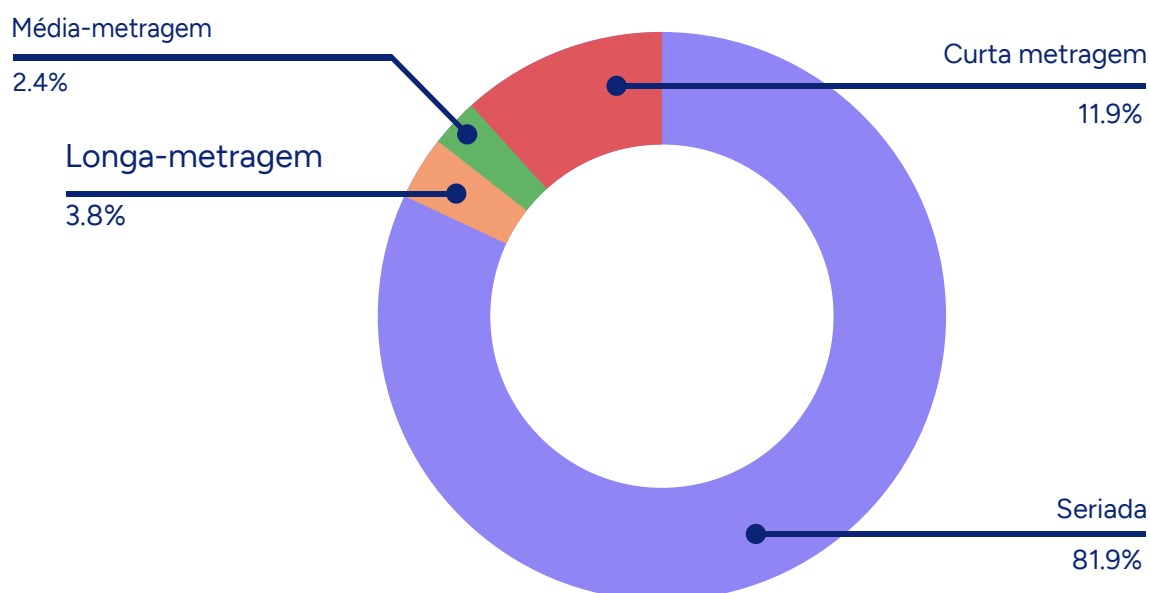


Fonte: Elaboração própria, com dados da ANCINE (2025)

A produção local é majoritariamente composta de obras seriadas (81,9%), seguidas por curtas (11,9%), longas (3,8%) e médias-metragens (2,4%), conforme gráfico abaixo.

Figura 23-Organização temporal dos títulos registrados em Londrina

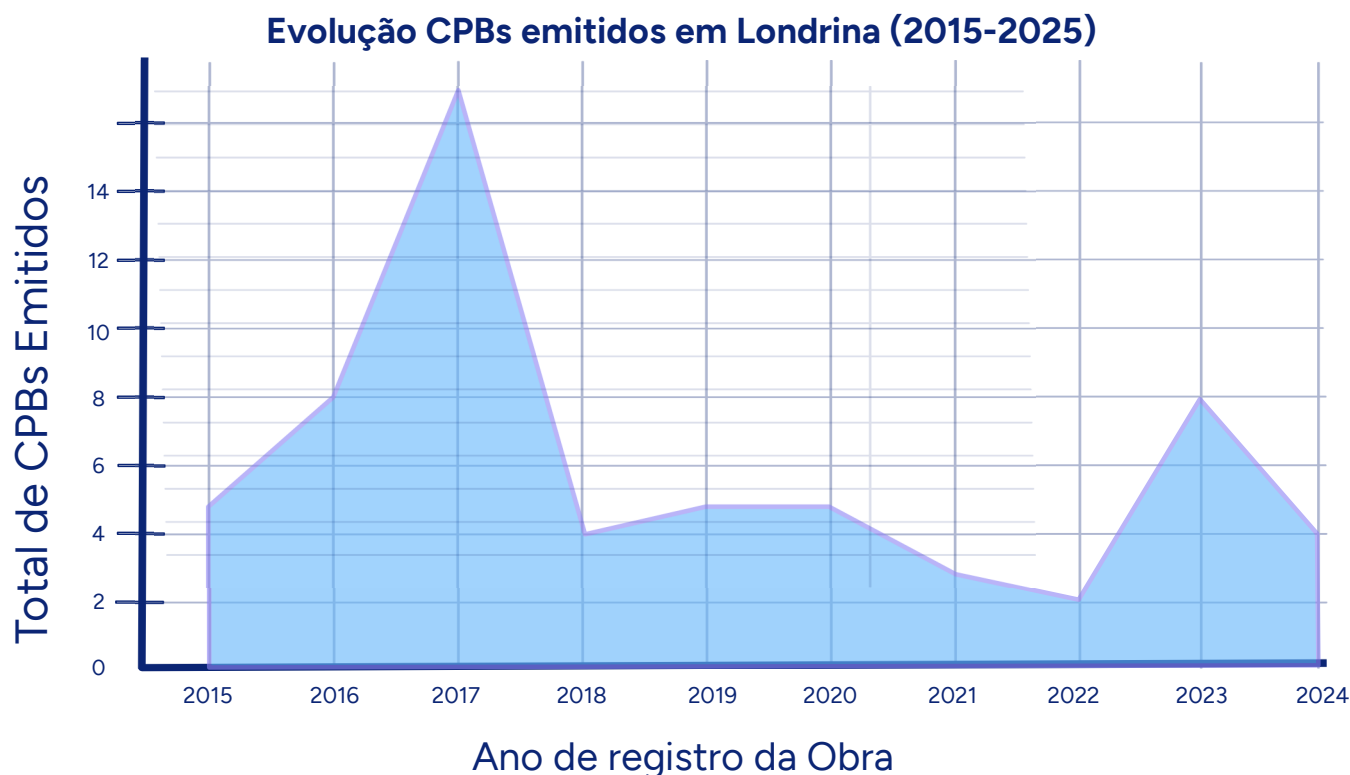
Fonte: Elaboração própria, com dados da ANCINE (2025)



Fonte: elaboração própria, com dados da ANCINE (2025)

O gráfico abaixo de evolução dos Certificados de Produto Brasileiro (CPBs) emitidos em Londrina entre 2015 e 2024 evidencia um ciclo de crescimento, retração e retomada na produção audiovisual local. O pico em 2017, com 15 registros, coincide com o aporte do FSA, que impulsionou diversos projetos independentes. A queda observada entre 2018 e 2022 reflete os efeitos da crise econômica e, sobretudo, da pandemia de COVID-19, que reduziu o ritmo de registros nacionais. A partir de 2023, nota-se um movimento de retomada, associado à implementação da Lei Paulo Gustavo, mas que teve uma queda em 2024.

Figura 24- Evolução CPBs emitidos em Londrina (2015-2025)



Fonte: elaboração própria, com dados da ANCINE (2025)

O segmento inicial informado mais frequente é o de Comunicação Eletrônica de Massa por Assinatura (TV Paga), seguido por Salas de Exibição e Radiodifusão Aberta, indicando uma base produtiva voltada a múltiplas janelas de difusão.

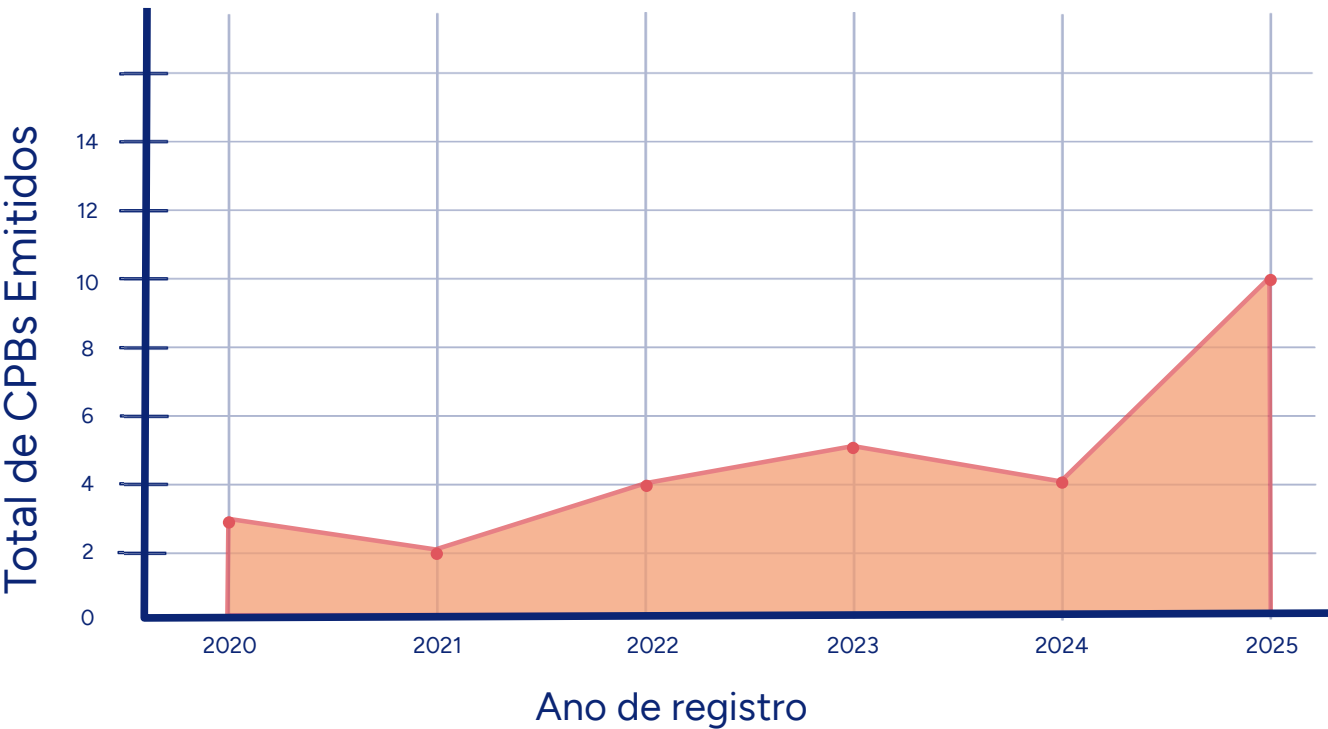
Nos Certificados de Registro de Título (CRTs), o município soma 293 registros de obras não publicitárias, com pico em 2018 (28 registros) e retração após 2022, acompanhando a tendência nacional. Destaca-se o predomínio de produções seriadas (81,9%) e obras de variedades (80,8%), refletindo a forte inserção em conteúdos televisivos e de entretenimento regional.

Produtoras Independentes

O número de produtoras londrinenses registradas junto à ANCINE vem crescendo gradualmente desde 2020 conforme gráfico abaixo, com um salto expressivo em 2025, quando foram registradas 11 novas produtoras. Segundo dados de 2025, há 29 produtoras ativas, classificadas entre os níveis 1 e 4..

Figura 25- Produtoras brasileiras independentes registradas por ano-Londrina (2020-2025)

Evolução CPBs emitidos em Londrina (2015-2025)



Fonte: elaboração própria, com dados da ANCINE (2025)

Mercado de Exibição

Dados da ANCINE indicam que Londrina registrou em 2025 um público de 669,4 mil espectadores e renda bruta de R\$ 12,38 milhões, com preço médio de ingresso de R\$ 18,49. Foram exibidos 255 títulos, sendo 91% estrangeiros e 9% brasileiros. Embora ainda modesto, o consumo de produções nacionais apresenta potencial de expansão, principalmente com o fortalecimento das produções locais e cineclubes apoiados pela Lei Paulo Gustavo.

Foram realizadas 33.349 sessões cinematográficas ao longo de 2025, com média de 22 espectadores por sessão estrangeira e 11 por sessão brasileira, o que confirma a vitalidade do circuito exibidor local e o papel de Londrina como mercado regional relevante de exibição no norte do Paraná.

Com duas coproduções, Londrina é a única cidade paranaense além de Curitiba que realizou coproduções internacionais nos últimos 10 anos, segundo dados da ANCINE.

Análise SWOT

Na análise SWOT de Londrina notamos que o município possui um ecossistema audiovisual com vantagens competitivas claras: políticas públicas dedicadas, produção ativa e um mercado de salas que apresenta relevância local.

As fraquezas estão principalmente na institucionalização (ausência da Film Commission formal) e na limitação de infraestrutura de escala mais elevada.

As oportunidades se abrem pela mentoria em curso realizada pelo SEBRAE, pelo

fortalecimento de produções regionais e pelo engajamento com o turismo/regiões de locação.

As ameaças, por sua vez, residem no ambiente competitivo regional e no risco de perda de recursos de fomento.

No conjunto, Londrina está bem posicionada — com impulso institucional (via Film Commission e articulação setorial), pode consolidar-se como polo modelo no estado e referência regional para atração de produções.

Forças (Strengths)	Fraquezas (Weaknesses)
Políticas públicas históricas e diversificadas — APL Audiovisual, leis Aldir Blanc, promotorias municipais e adesão à Lei Paulo Gustavo proporcionam apoio estrutural.	Ausência de Film Commission formal — embora em mentoria, isso ainda limita a captação de produções externas e indica falta de mecanismo institucional de suporte.
Base produtiva ativa e crescente — número significativo de CPBs, produtoras registradas e empresas com CNAE conectado ao audiovisual. Uma das duas cidades paranaenses que realizaram coproduções nos últimos 10 anos.	Dependência alta de editais e recursos públicos federais — poucas fontes de recursos a nível municipal.
Circuito de salas de cinema com desempenho relevante — indicadores de público, renda e taxa de ocupação mostram mercado local viável.	Infraestrutura técnica ainda insuficiente — estúdios de grande porte, sound stages complexos, tecnologia de ponta e redes especializadas são escassas.
	Baixa presença local nas salas — ainda há dificuldade para que produções brasileiras ocupem janelas comerciais frente ao circuito nacional e estrangeiro.
	Falta de articulação cross-setorial consolidada — cultura, turismo, economia criativa e fomento ainda operam isoladamente.

Oportunidades (Opportunities)	Ameaças (Threats)
Formalização da Film Commission via mentoria SEBRAE em parceria com a Secretaria de Cultura e a Filmhub — que pode articular suporte a produções externas e fortalecer a governança local.	Concorrência regional intensa — outras cidades (Maringá, Foz do Iguaçu, Ponta Grossa) buscam o mesmo espaço nacional/regional de atração de produções.
Foco em difusão local (exibições regionais, mostras, salas alternativas) para consolidar público e linguagem própria.	Cortes ou instabilidade nos recursos federais (após LPG ou mudanças de política) podem comprometer continuidade dos editais locais.
Integração com turismo local — Londrina pode atrair produções que valorizem locações locais, fortalecendo roteiros cinematográficos urbanos.	Deslocamento de talentos para centros maiores (Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro) se infraestrutura, visibilidade ou financiamentos forem insuficientes para reter realização.
Parcerias acadêmicas e tecnológicas — universidades locais podem impulsionar inovação e formação técnica aplicada ao audiovisual.	Saturação de salas e competição com circuitos nacionais dominantes — abertura de janelas para produções locais pode encontrar resistência dos exibidores.
	Descontinuidade administrativa ou de políticas com trocas de governo ou prioridades culturais divergentes.

5.3 Maringá

Localizada no norte do Paraná e com população superior a 440 mil habitantes, Maringá destaca-se como uma das cidades mais dinâmicas do interior do estado, tanto no plano econômico quanto no cultural.

Com infraestrutura urbana consolidada, tradição educacional e crescente presença de produtoras independentes, a cidade vem se afirmando como um polo emergente de produção e exibição audiovisual, em fase de estruturação institucional e de fortalecimento técnico-profissional.

Panorama Institucional e Políticas Públicas

Embora ainda não disponha de uma Film Commission formalmente constituída, Maringá participa da mentoria conduzida pelo SEBRAE com consultoria Filmhub, com o objetivo de estruturar uma futura comissão municipal de filmagens.

Essa iniciativa visa preparar o município para receber e apoiar produções nacionais e internacionais, criando protocolos de licenciamento, mapeamento de locações e padronização de serviços de apoio técnico — um passo fundamental na institucionalização da política audiovisual maringaense.

As políticas públicas locais voltadas ao audiovisual ainda são pontuais, mas consistentes e estratégicas, refletindo um processo gradual de amadurecimento compatível com o perfil de uma cidade do interior com vocação cultural consolidada. As principais ações são:

1. Prêmio Aniceto Matti – Audiovisual 2019, que destinou R\$ 1 milhão para três obras e um festival de cinema, financiados de forma conjunta pela ANCINE/FSA e pela Secretaria Municipal de Cultura (SEMUC). O edital foi um marco estruturante, ao exigir contratação de profissionais locais, acessibilidade nos produtos e formação de acervo no Museu Héllenton Borba Cortês, criando base técnica e histórica para o setor.
2. Lei Paulo Gustavo – Maringá (2023), implementada em edital único com diferentes módulos de execução, totalizando R\$ 2,6 milhões investidos no audiovisual. O programa contemplou módulos de produção, formação e difusão, abrangendo curtas, videocliques, mostras, capacitação técnica e apoio a espaços culturais.
3. Edital Cinema a Céu Aberto e Ações Audiovisuais (2025), voltado à formação de público e democratização do acesso ao cinema, por meio de exhibições itinerantes em bairros e distritos, com ações de acessibilidade e contrapartidas educativas.

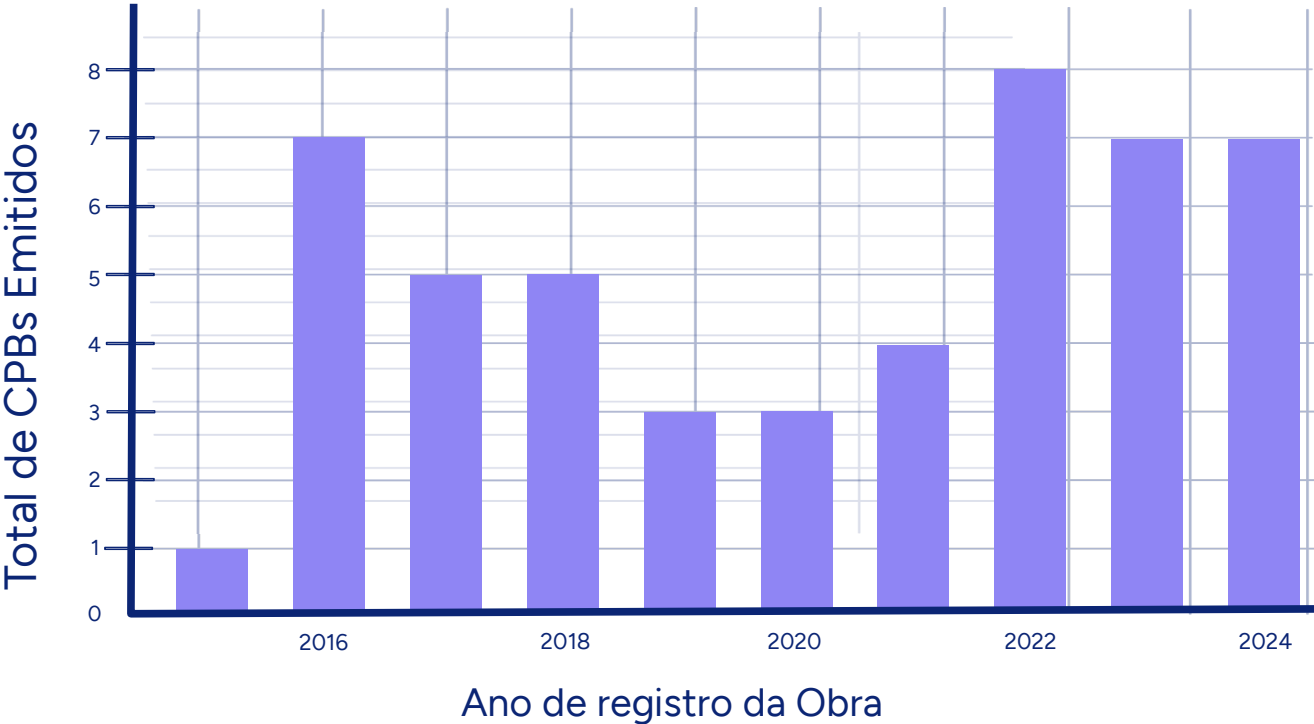
Essas ações, embora reduzidas em número, expressam continuidade na política municipal, priorizando o fomento, a circulação e a formação de público, e alinhando-se às diretrizes estaduais e federais de descentralização do audiovisual.

Produção Audiovisual

Segundo os painéis interativos da ANCINE (OCA, 2025), Maringá contabiliza 75 Certificados de Produto Brasileiro (CPBs) emitidos desde 2002. O pico de emissões ocorreu em 2022, com oito registros, conforme gráfico abaixo.

Figura 26- Evolução dos CPBs emitidos em Maringá (2015-2024)

Evolução dos Certificados de Produto Brasileiro CPBs emitidos em Maringá (2015-2024)

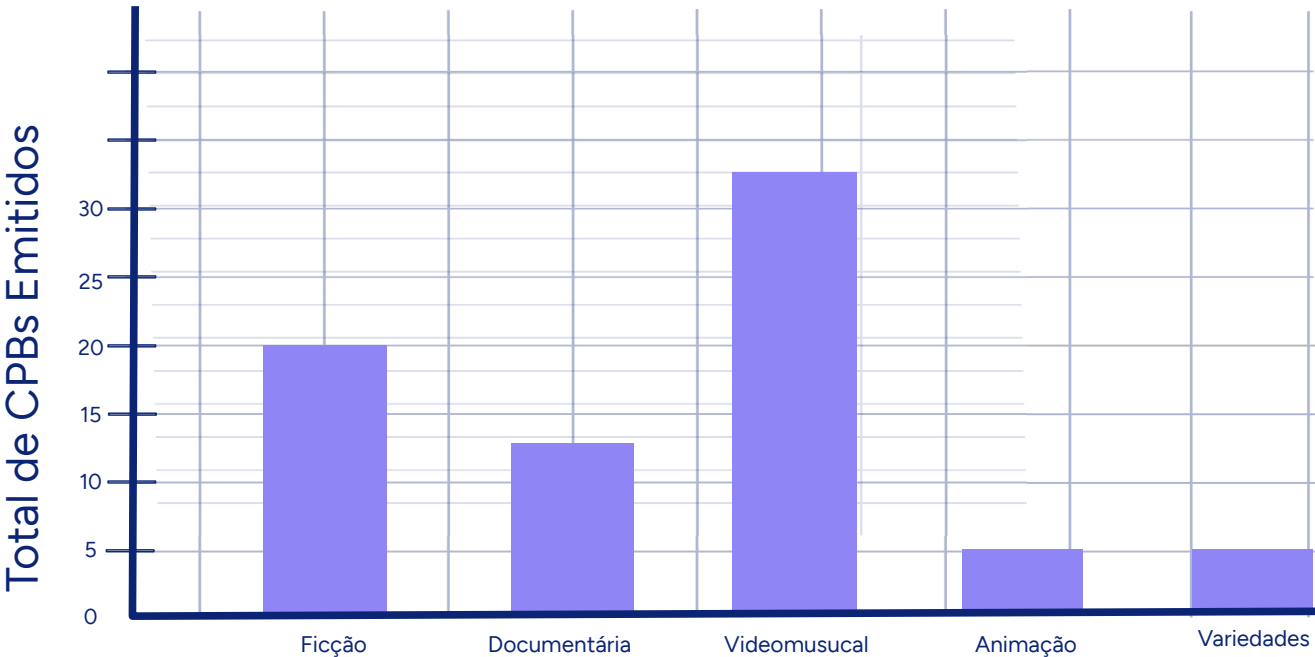


Fonte: Elaboração própria, com dados da ANCINE (2025)

Há predominância de videomusicais e produções ficcionais, o que reflete a integração entre o setor audiovisual e a cena musical da cidade. A presença de documentários e animações pode indicar diversificação temática e avanço técnico no uso de diferentes linguagens.

Figura 27- Tipos de obras registradas em Maringá (2015-2024)

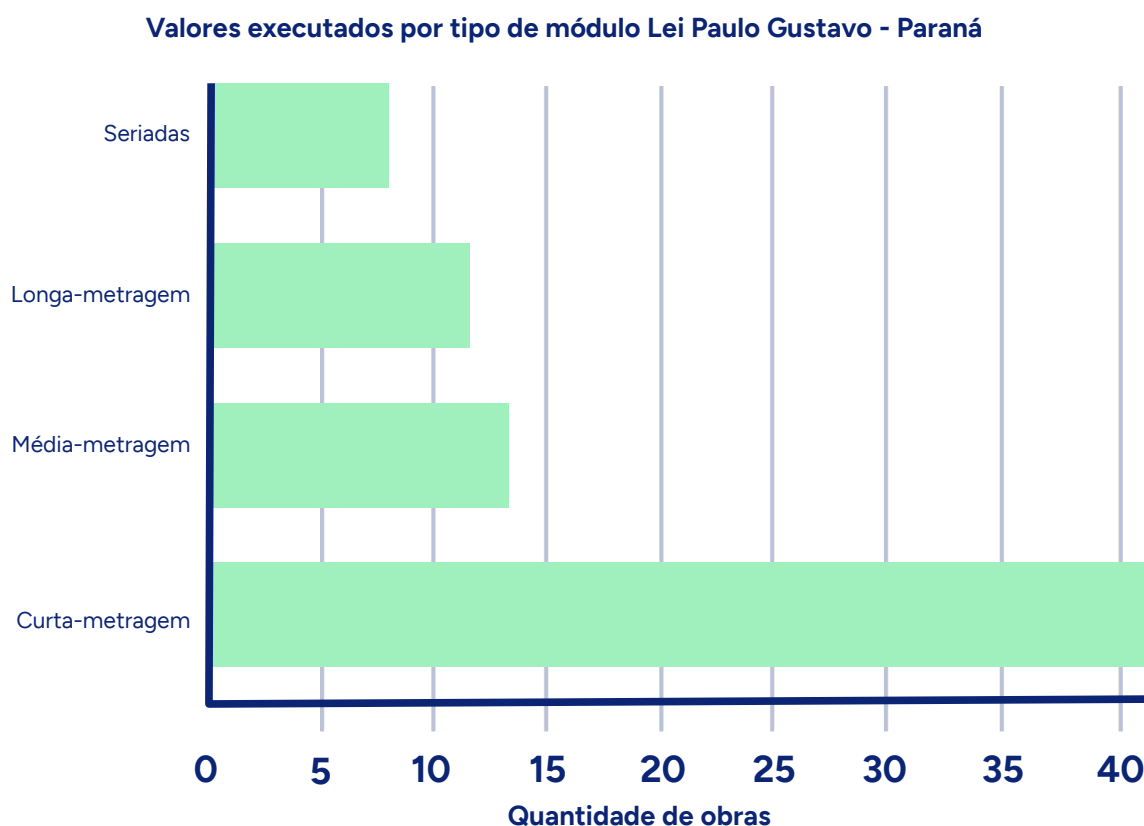
Evolução dos Certificados de Produto Brasileiro CPBs emitidos em Maringá (2015-2024)



Fonte: Elaboração própria, com dados da ANCINE (2025)

O predomínio de curtas-metragens confirma o caráter formativo e experimental do setor, enquanto o volume de médias e longas demonstra interesse em amadurecimento técnico e realização de projetos de maior escala.

Figura 28- Duração das obras em Maringá (2015-2024)

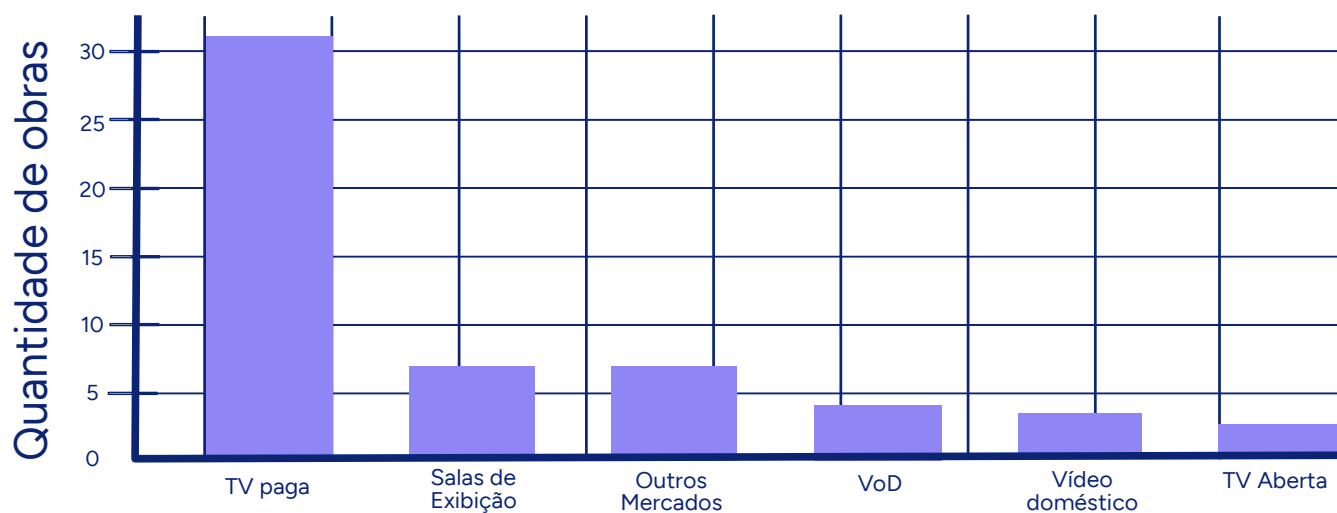


Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

A cidade possui alta concentração na TV por assinatura (41%) e presença similar em salas de cinema, outros mercados e VoD, conforme Figura 29.

Figura 29- Segmento inicial informado CPBs Maringá

Evolução dos Certificados de Produto Brasileiro CPBs emitidos em Maringá (2015-2024)



Fonte: Elaboração própria, com dados da ANCINE (2025)

Certificados de Registro de Título (CRTs)

Maringá possui 26 CRTs emitidos para obras não publicitárias desde 2002, com constância produtiva média de 2 a 3 registros por ano. A partir de 2022, observa-se leve expansão, coincidente com a retomada pós-pandemia e o impacto da Lei Paulo Gustavo.

Tipos de obras registradas (CRTs)

- Videomusical: 21
- Ficção: 3
- Documentário: 2

A predominância de vídeos musicais (81%) indica perfil autoral e independente do ecossistema local, ligado à produção musical e à experimentação estética.

Segmentos de comunicação pública

- TV Paga: 20
- TV Aberta: 2
- Salas de Exibição: 2
- Vídeo Doméstico: 2

Maringá mantém forte presença na televisão por assinatura, com pequena, mas relevante, penetração em salas de cinema.

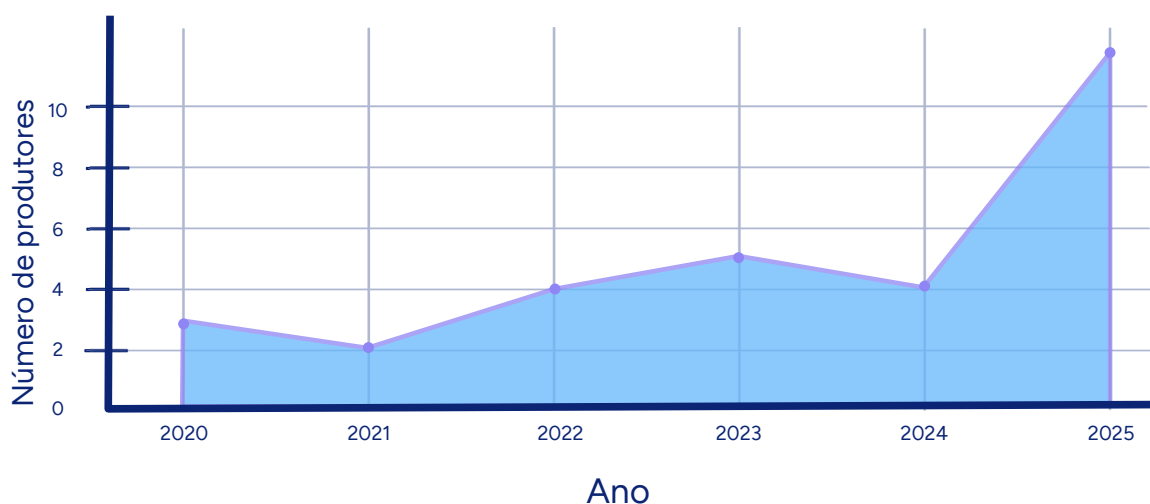
A cidade mostrou-se também uma liderança importante no setor publicitário do estado, com números parecidos com os da capital, recebendo 25% da produção total paranaense em 2024 (1.177 CRTs publicitários emitidos).

Produtoras Independentes

De acordo com os dados da ANCINE, o número de produtoras independentes registradas em Maringá vem crescendo de forma gradual:

Figura 30- Evolução do número de produtoras independentes em Maringá (2020-2025)

Evolução do número de produtoras independentes em Maringá (2020-2025)



Fonte: Elaboração própria, com dados da ANCINE (2025)

O aumento registrado em 2025 é expressivo e coincide com a execução da Lei Paulo Gustavo, sugerindo um efeito direto de formalização e dinamização do setor. As produtoras distribuem-se equilibradamente entre Nível 1 e Nível 2, indicação de que as produtoras locais são novos empreendedores criativos.

Mercado de Exibição

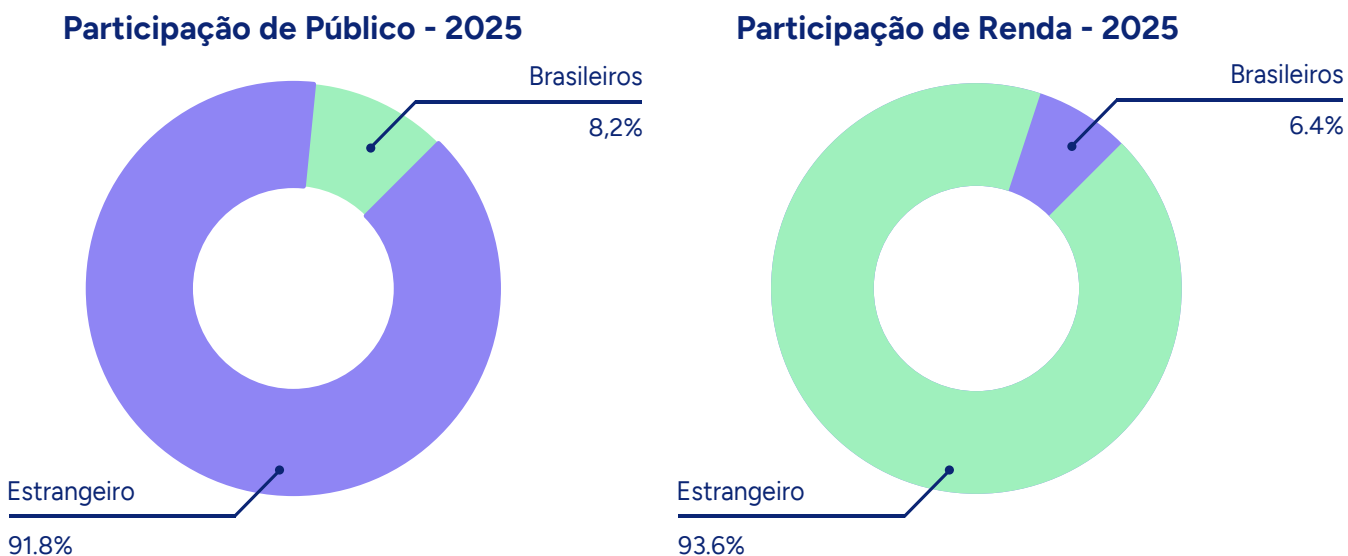
Maringá figura entre os principais mercados de exibição cinematográfica do interior paranaense.

Em 2025 (até a 40ª semana), foram registrados 505.566 espectadores e R\$ 8,56 milhões de renda bruta, com 183 títulos exibidos e PMI de R\$ 16,94.

Os gráficos de participação de mercado do cinema em Maringá (2025) evidenciam uma forte predominância das obras estrangeiras, responsáveis por 91,8% do público e 93,6% da renda bruta. Essa concentração reflete o comportamento nacional dos circuitos comerciais, mas também aponta para o desafio de ampliar a presença do cinema brasileiro nas salas locais.

Figura 31- Participação de mercado no cinema de Maringá

Participação de mercado no cinema de Maringá



A cidade mantém 17 salas ativas, com 19.990 sessões realizadas, sendo 18,4% dedicadas a filmes brasileiros.

Esses números consolidam Maringá como mercado exibidor estável, com público fiel e potencial de expansão para obras nacionais e regionais.

Análise SWOT

A seguir, será apresentada a análise SWOT de Maringá que apresenta perfil de cidade-polo emergente, com estrutura empresarial ativa e uma cadeia criativa que vem se expandindo de forma consistente desde 2019.

As forças concentram-se em políticas públicas contínuas, diversidade produtiva e

atratividade urbana; as fraquezas, na ausência de institucionalização (Film Commission) e na infraestrutura técnica limitada.

O conjunto de oportunidades é expressivo: a mentoria Filmhub abre caminho para a criação de uma Film Commission intersetorial; há possibilidade de usar o turismo e o urbanismo local como ferramentas de branding territorial. As ameaças, contudo, estão ligadas à competição regional, à instabilidade de fomento nacional e à necessidade de consolidar políticas culturais como políticas de Estado.

Em síntese, Maringá é um território de média maturidade produtiva e alta atratividade visual, com potencial de se tornar um dos principais polos de captação de produções do interior paranaense, desde que avance na institucionalização e infraestrutura técnica do setor.

Forças (Strengths)	Fraquezas (Weaknesses)
Base produtiva estável e crescente , com presença relevante de produtoras independentes ativas e obras registradas na ANCINE, sobretudo em curta-metragem e publicidade.	Ausência de Film Commission formal e ainda em fase de mentoria — limita a institucionalização e a atração sistemática de produções externas.
Histórico de políticas públicas de fomento , com editais próprios (Prêmio Aniceto Matti Audiovisual, Cinema a Céu Aberto, Lei Paulo Gustavo 2023) que criam continuidade na política cultural.	Escassez de infraestrutura técnica especializada , como estúdios, casas de pós-produção e estruturas de som e imagem de médio e grande porte.
Ambiente empresarial diversificado , com presença de produtoras de publicidade, eventos e audiovisual corporativo, o que garante fluxo contínuo de serviços criativos.	Dependência de editais municipais e federais — falta de incentivos fiscais ou políticas permanentes de financiamento privado.
Cenário urbano moderno e bem planejado , com alto potencial cenográfico e logística eficiente, reconhecidos pela SEEC-PR como atrativos para filmagens.	Integração setorial limitada entre cultura, turismo e desenvolvimento econômico — a governança do audiovisual ainda é pontual.
Atração de profissionais jovens e formação técnica em universidades locais, favorecendo a renovação criativa e o desenvolvimento de linguagem autoral regional.	Fragilidade do circuito exibidor local — poucas salas e baixa representatividade de produções regionais nas telas comerciais.

Oportunidades (Opportunities)	Ameaças (Threats)
Implantação da Film Commission local via mentoria Filmhub , com potencial de integrar políticas de cultura e turismo e posicionar a cidade como polo regional.	Concorrência direta com Londrina e Foz do Iguaçu, que apresentam estágios mais avançados de institucionalização.
Exploração de Maringá como locação — arquitetura moderna, áreas verdes e entorno rural diversificado criam diferencial estético para produções nacionais e internacionais.	Risco de descontinuidade administrativa dos programas culturais e de perda de ritmo na consolidação institucional.
Ampliação de parcerias acadêmicas (UEM, Unicesumar, Uningá) para capacitação técnica e incubação de produtoras emergentes.	Redução do investimento público federal pós-LPG , podendo comprometer o calendário de editais locais.
Crescimento das plataformas de streaming e da demanda por produções regionais — oportunidade de internacionalizar conteúdos locais.	Evasão de talentos para polos mais estruturados (Curitiba, São Paulo) caso a infraestrutura local não avance.
Fortalecimento do circuito de mostras e eventos , como o Cinema a Céu Aberto , capaz de consolidar público e ampliar visibilidade regional.	Concentração de exibição em circuitos comerciais , dificultando a difusão de obras autorais e independentes.

5.4 Ponta Grossa

Políticas Públicas para o Audiovisual

A trajetória de políticas públicas voltadas ao audiovisual em Ponta Grossa caracteriza-se por continuidade institucional, foco formativo e escala compatível com o perfil de cidade de médio porte. Desde 2021, o município vem desenvolvendo instrumentos regulares de fomento e difusão, com destaque para os editais PROMIFIC, Concurso Fernando Durante, Edital de Curtas-Metragens e Edital Cine-Foto-Vídeo. Embora ainda não possua uma Film Commission local, Ponta Grossa participa do programa de mentoria da Filmhub, em parceria com o SEBRAE-PR e a Paraná Film Commission, visando criar uma estrutura municipal de apoio às produções e atração de investimentos para o setor.

O período de 2021 a 2022 marcou o fortalecimento das políticas audiovisuais no município, com a implementação de editais que articularam fomento direto, incentivo fiscal e valorização da memória local:

1. PROMIFIC – Programa Municipal de Incentivo Fiscal à Cultura

- Editais nº 018/2021 e nº 026/2022
- Mecanismo de renúncia fiscal sobre o IPTU, destinado a empresas e pessoas físicas apoiadoras da cultura.

Recursos totais: aproximadamente R\$ 1,2 milhão entre 2021 e 2022.

Abrangência: artes cênicas, música, literatura, patrimônio cultural, culturas populares e audiovisual, com foco em criação, difusão e capacitação técnica.

- Consolida-se como o principal instrumento contínuo de financiamento cultural de Ponta Grossa.

2. Concurso Cultural Fernando Durante (Edital nº 014/2021)

- Financiado pelo Fundo Municipal de Cultura, destinou R\$ 48 mil à seleção e premiação de vídeos.
- Promoveu o registro da memória e da identidade ponta-grossense, estimulando produções documentais, poéticas e experimentais.
- As obras premiadas foram incorporadas ao acervo digital da Fundação Municipal de Cultura.

3. Edital de Curtas-Metragens (nº 021/2022)

- Financiado pelo Fundo Municipal, investiu R\$ 30 mil na produção de três curtas de ficção realizados por equipes locais.
- Voltado à profissionalização e formação de técnicos, consolidando a base de produtores e realizadores da cidade.

4. Edital Cine-Foto-Vídeo (nº 020/2022)

- Também com R\$ 30 mil, apoiou vídeos curtíssimos e videocliques de artistas ponta-grossenses.
- O modelo híbrido de avaliação técnica e votação popular incentivou a inclusão e participação comunitária.

Essas iniciativas, somadas, configuram uma política audiovisual coesa e formativa, que posicionou Ponta Grossa como uma das referências regionais em fomento cultural de base municipal.

Em 2023 e 2024, a execução LPG representou a principal política pública cultural do município. Os editais da LPG, estruturados em módulos temáticos (produção, difusão, formação e preservação), concentraram os recursos federais repassados ao município e destinou 70% do montante total ao setor audiovisual — em consonância com as diretrizes nacionais da lei.

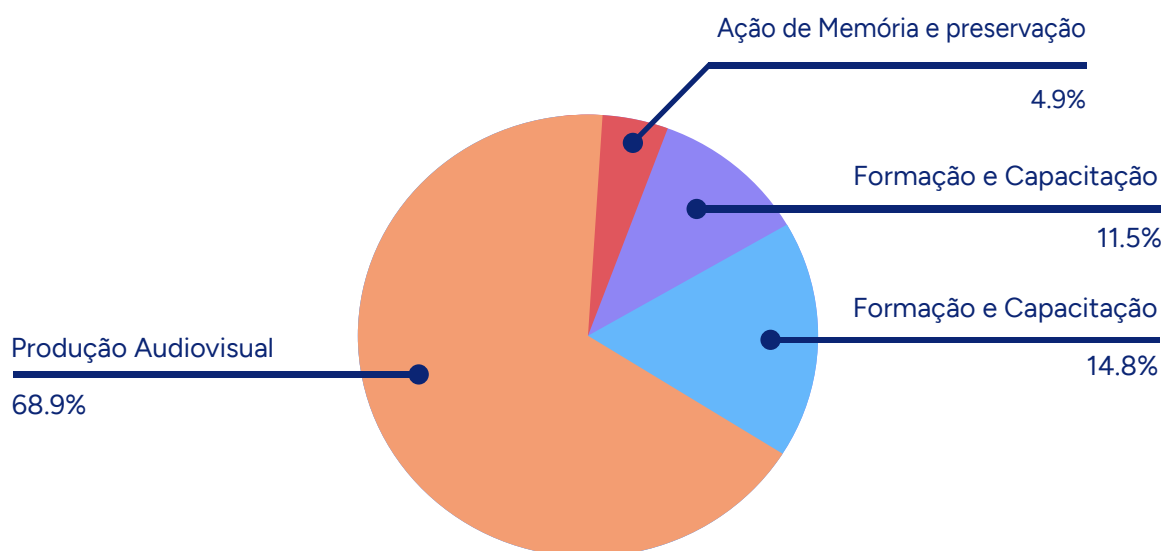
A LPG de Ponta Grossa contemplou os seguintes eixos:

- Produção de curtas, videocliques e obras autorais independentes;
- Formação técnica e oficinas de capacitação em audiovisual e novas mídias;
- Difusão de obras por meio de mostras e festivais;
- Preservação e digitalização de acervos audiovisuais locais.

Sendo que a divisão dos recursos entre os tipos de editais foi realizada de acordo com o gráfico abaixo.

Figura 32- Distribuição dos recursos da LPG de Ponta Grossa

Distribuição dos recursos da Lei Paulo Gustavo - Ponta Grossa (2023)



Fonte: Elaboração própria com base nos editais da LPG lançados entre 2023 e 2024 das regiões: Curitiba, Foz do Iguaçu, Londrina, Maringá, Paraná e Ponta Grossa.

Possivelmente a execução da Lei Paulo Gustavo resultou em uma suspensão temporária de editais municipais autônomos nos anos de 2023, 2024 e 2025, já que os recursos federais cobriram o espectro de ações habitualmente contempladas pelo PROMIFIC e pelos fundos municipais de cultura.

Esse cenário é coerente com a realidade de municípios de médio porte, porém a ausência de programas específicos para o setor audiovisual no ano de 2025 pode ser preocupante em termos de não se aproveitar uma continuidade do fortalecimento do setor, como foi promovido pela LPG.

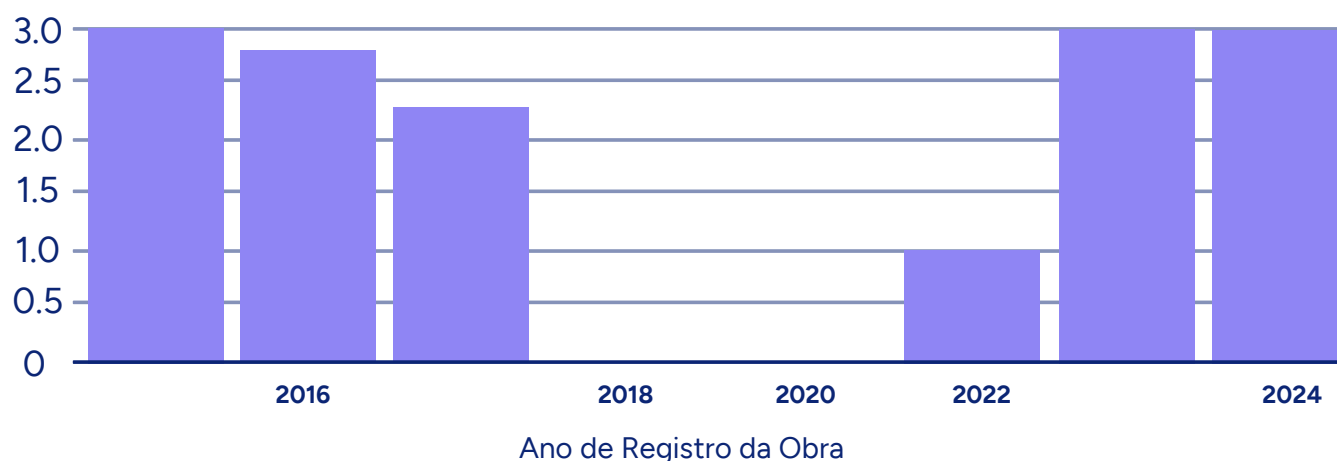
Produção Audiovisual

Nos últimos anos, Ponta Grossa apresentou um crescimento gradual em sua produção audiovisual, embora com números ainda modestos em comparação com outros polos do Paraná.

De acordo com os dados da ANCINE (2025), entre 2015 e 2024 foram emitidos 26 Certificados de Produto Brasileiro (CPBs) para obras originárias da cidade, demonstrando uma produção constante e, em alguns momentos, concentrada. Os picos de emissão ocorreram em 2023 e 2024, com 3 obras registradas em cada ano, o que representa uma ampliação da atividade local após um período de estabilidade.

Figura 33-Evolução CPBs em Ponta Grossa (2015-2024)

Evolução dos CPBs em Ponta Grossa (2015 - 2024)



Fonte: Elaboração própria, com dados da ANCINE (2025)

O gráfico demonstra que, embora o volume total de produções seja pequeno, há uma tendência de retomada pós-pandemia e consolidação recente da atividade audiovisual. A partir de 2022, o aumento de registros pode estar associado tanto ao fortalecimento de produtoras locais quanto aos incentivos provenientes de políticas estaduais e federais de fomento.

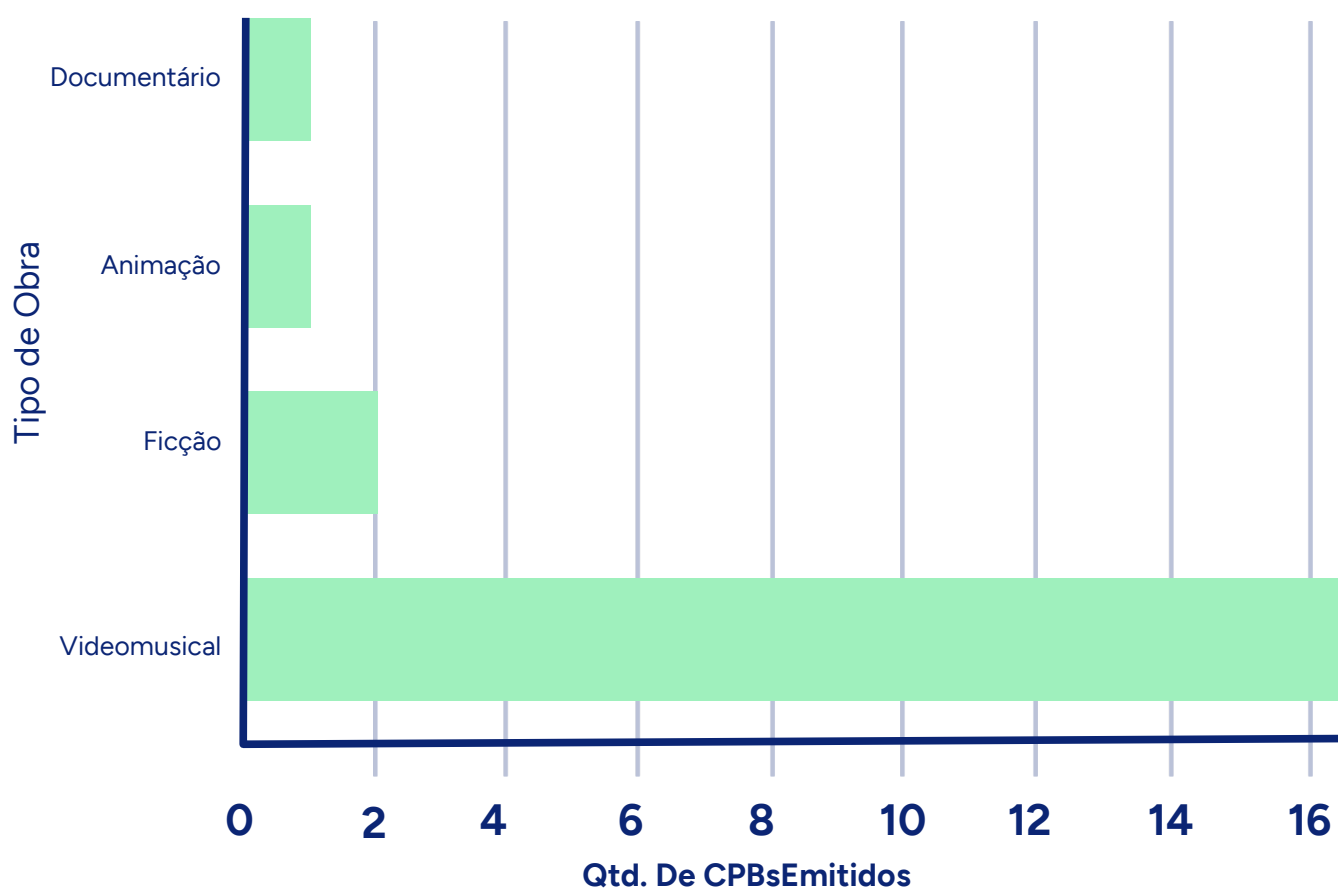
Tipologia das Obras

A classificação das obras produzidas em Ponta Grossa mostra uma predominância clara do videomusical, com 17 registros, seguido de duas obras de ficção, uma animação e um documentário.

Essa distribuição reforça o perfil local voltado à produção curta e independente, com foco em obras de baixo custo e maior agilidade de execução.

Figura 28- Duração das obras em Maringá (2015-2024)

Tipo das Obras Registradas



Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

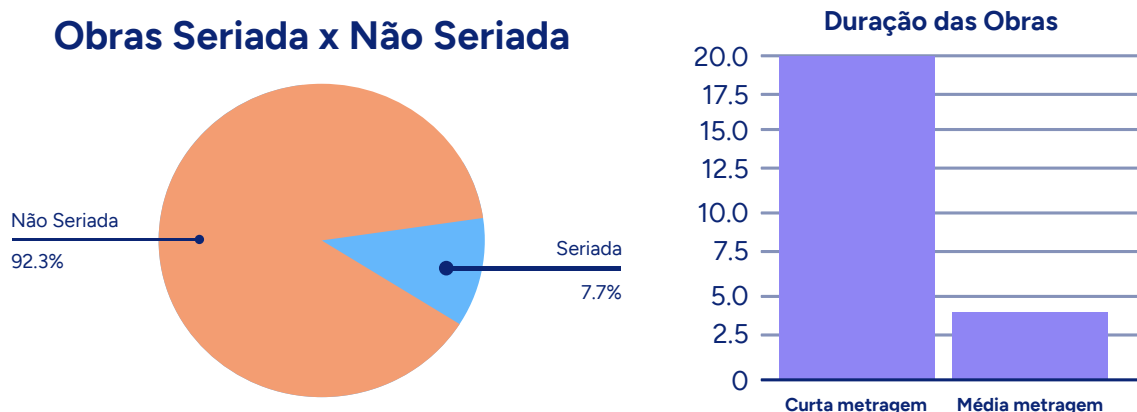
A predominância do videomusical é coerente com o perfil de produção das cidades médias do interior, onde a relação entre o audiovisual e a cena musical local é intensa. A ausência de longas-metragens ou séries evidencia a limitação de infraestrutura técnica e de financiamento para formatos de maior escala.

Duração e Organização das Obras

Os dados de Ponta Grossa apontam que 92,3% das obras registradas são não seriadas e de curta-metragem, enquanto apenas 7,7% possuem caráter seriado.

Além disso, há um número reduzido de médias-metragens, com 4 títulos nessa categoria.

Figura 35- Duração e organização das Obras

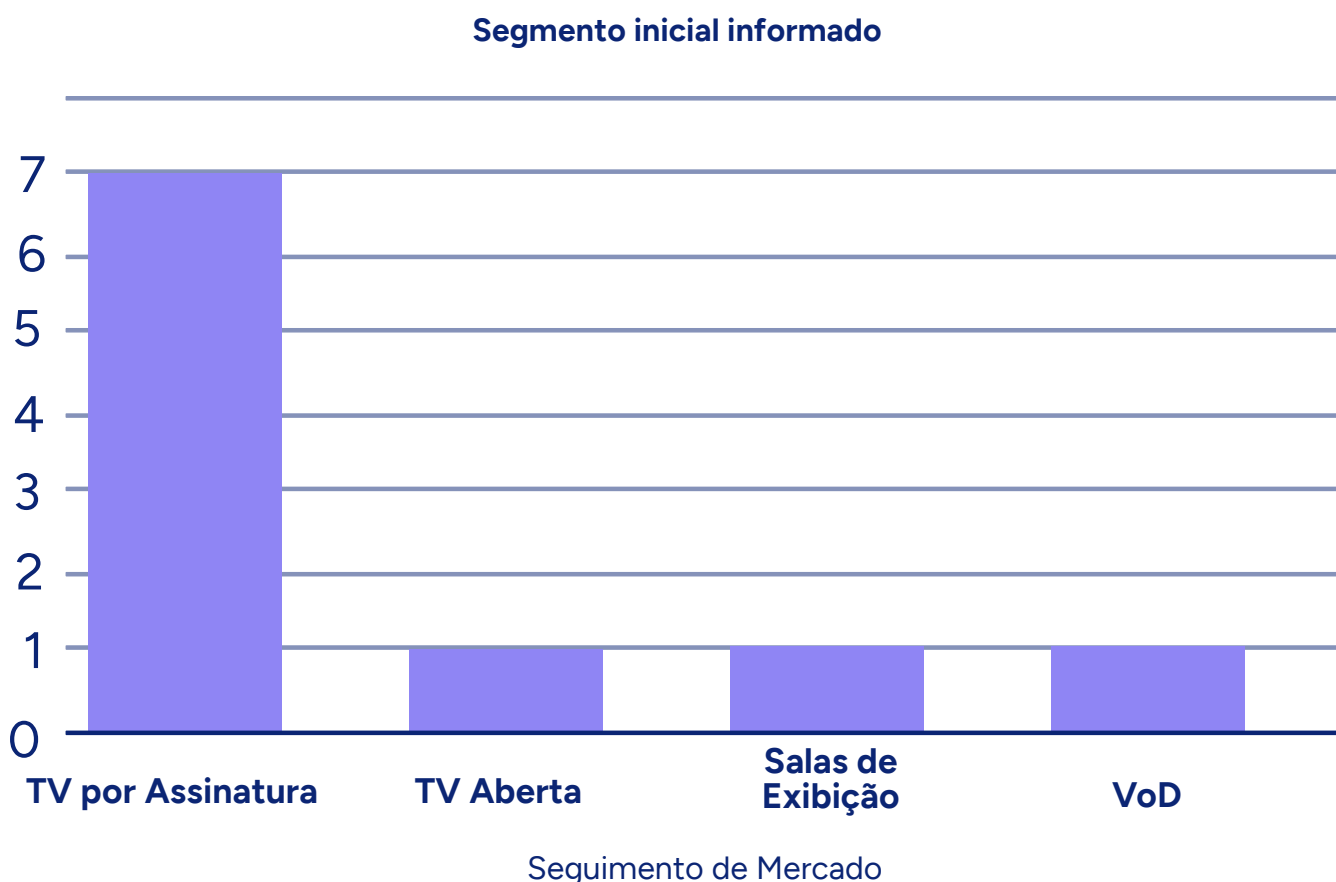


A concentração em curtas-metragens reforça o caráter experimental e independente da produção local. Esse formato é comumente associado a produções de formação, editais regionais e festivais, o que reflete um ecossistema ainda em consolidação.

Segmento de Mercado

Entre os segmentos de exibição informados, o principal destino das obras ponta-grossenses é a TV por assinatura (Comunicação Eletrônica de Massa por Assinatura), que representa sete títulos, seguido de um título em cada um dos demais segmentos — salas de exibição, vídeo por demanda (VoD) e radiodifusão aberta.

Figura 36-Segmento inicial informado



Fonte: Elaboração própria, com dados da ANCINE (2025)

Esse perfil sugere uma busca por circulação em plataformas profissionais, especialmente canais de TV regional ou nacional.

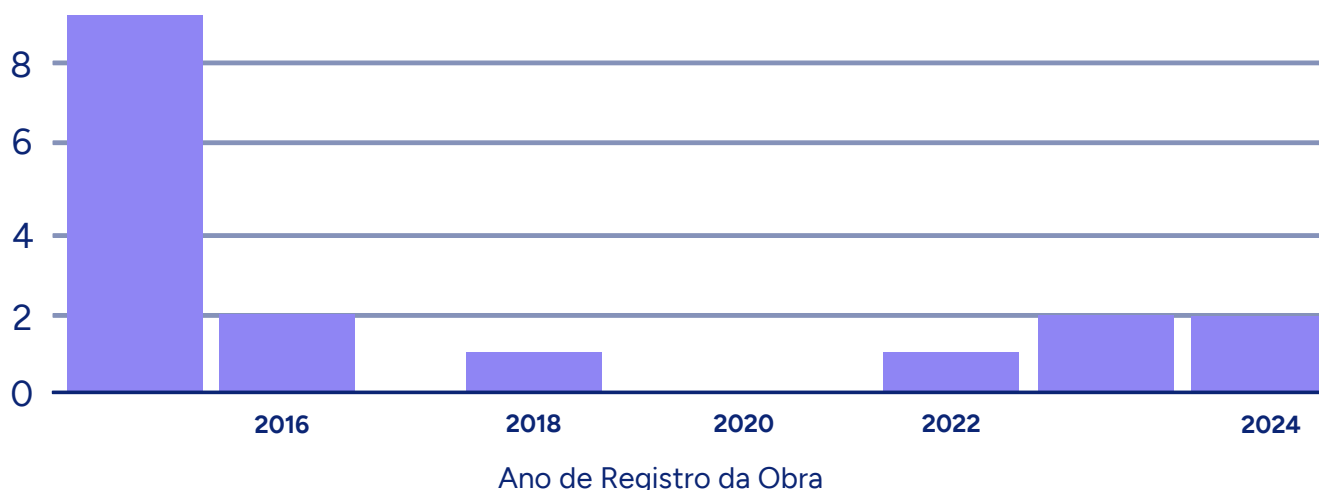
Registros de Títulos (CRT)

Desde 2002, Ponta Grossa registrou 17 Certificados de Registro de Título, concentrados sobretudo entre 2015 e 2024, com destaque para o ano de 2015, que sozinho respondeu por nove registros.

O tipo predominante é o videomusical, responsável pela totalidade dos registros não publicitários identificados.

Figura 37- Evolução dos CRTs em Ponta Grossa (2015-2024)

Evolução dos CRT em Ponta Grossa (2015 - 2024)



Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

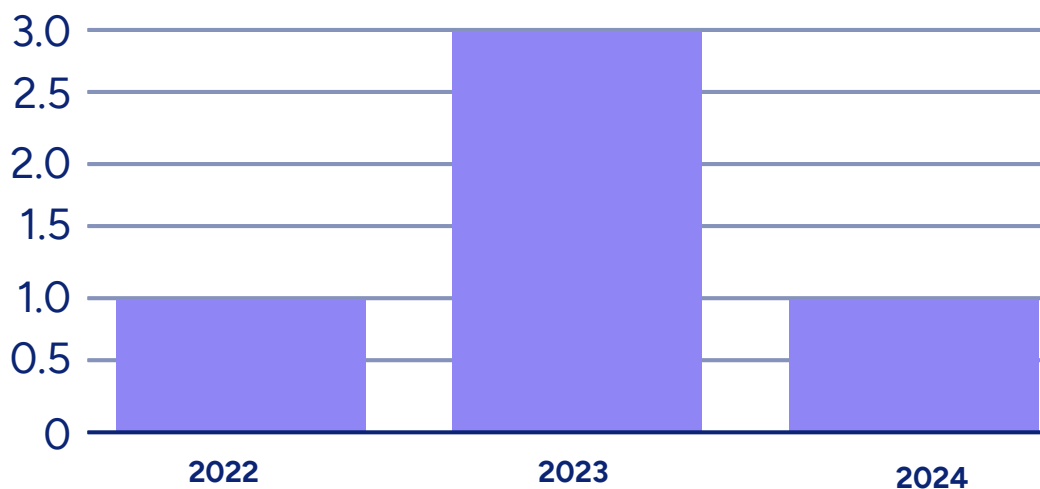
A concentração dos CRTs em um único gênero evidencia a relevância da música como eixo cultural e criativo de Ponta Grossa. O predomínio do videomusical aponta para um setor de produção mais ágil, porém pouco diversificado em narrativas e formatos.

Produtoras Independentes

O município conta atualmente com 11 produtoras independentes registradas na ANCINE, das quais algumas têm mantido atividade constante desde 2022. A evolução dos registros mostra o surgimento de três novas produtoras em 2023, uma em 2022 e outra em 2024, sugerindo um crescimento recente da base produtiva local.

Figura 38- Evolução de Produtoras Brasileiras Independentes em Ponta Grossa (2022-2024)

volução de Produtoras Brasileiras Independentes em Ponta Grossa



Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

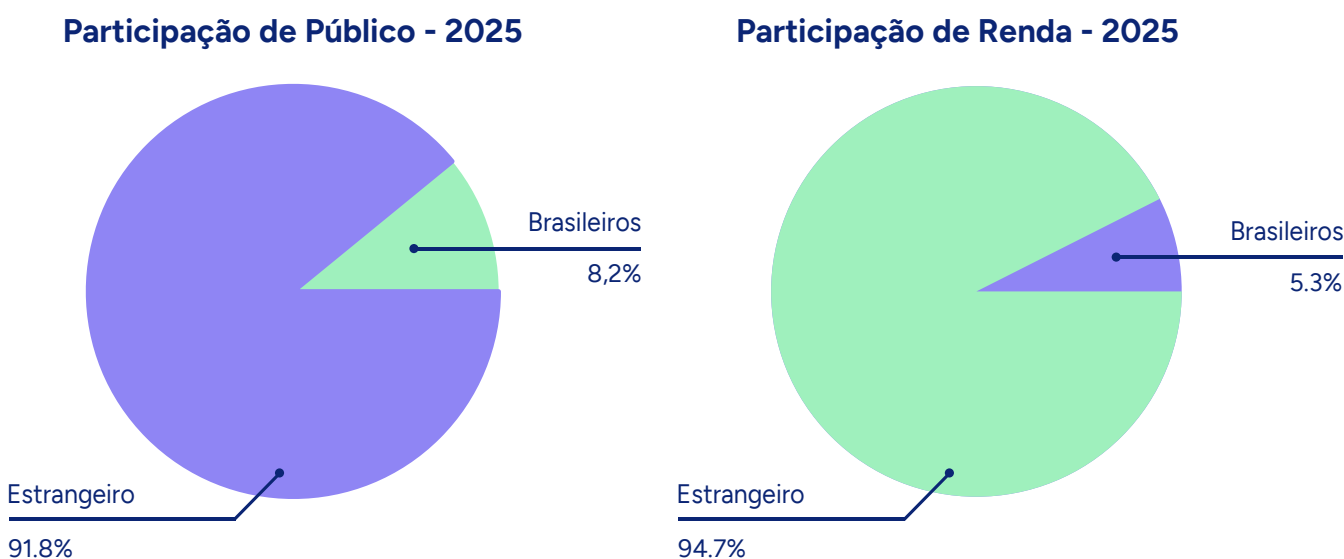
Exibição Cinematográfica e Participação de Mercado

Segundo o Sistema de Controle de Bilheteria (SCB), até a 40ª semana cinematográfica de 2025, o município de Ponta Grossa registrou um público acumulado de 206,55 mil espectadores e uma renda de R\$ 3,9 milhões, distribuídos entre 120 títulos exibidos.

A participação de filmes brasileiros no total de público é de 6,8%, enquanto as obras estrangeiras representam 93,2%, confirmando uma predominância do cinema internacional nas salas locais.

Figura 39- Participação de público e de renda em Ponta Grossa

Participação de público e de renda em Ponta Grossa



Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

A predominância de filmes estrangeiros nas bilheterias é um reflexo da estrutura de mercado nacional e da escassez de lançamentos nacionais de grande porte fora dos principais centros. A queda de 4,1% no público e de 4,6% na renda em relação a 2024 reforça a retração do consumo cinematográfico local.

Análise SWOT

Em sua análise SWOT, Ponta Grossa demonstra um perfil de maturidade institucional sólida, porém produtiva em fase de expansão.

A existência e continuidade do PROMIFIC — uma política de fomento estável e multissetorial — é o principal diferencial da cidade, funcionando como um modelo de governança pública que garante regularidade ao audiovisual.

A produção local ainda é de pequena escala, mas encontra ambiente favorável de difusão, com festivais e concursos que mantêm viva a dinâmica criativa.

As forças de Ponta Grossa estão na governança e política pública; as fraquezas, na infraestrutura técnica e volume produtivo. As oportunidades concentram-se em consolidar a

Film Commission, integrar o audiovisual ao turismo e qualificar mão de obra. As ameaças vêm principalmente da competição regional e da eventual retração de investimentos federais.

No conjunto, Ponta Grossa se destaca como um território de alta consistência institucional e cultural, com maturidade administrativa acima da média e potencial produtivo em desenvolvimento — o que a posiciona como polo estruturante da rede audiovisual do Paraná e base estratégica para interiorização da política estadual de Film Commissions.

Forças (Strengths)	Fraquezas (Weaknesses)
Presença consolidada de editais e políticas públicas , com destaque para o PROMIFIC, que há anos estrutura o fomento cultural local e inclui linhas voltadas ao audiovisual.	Ausência de Film Commission formal — embora o município tenha histórico de articulação, não há estrutura institucionalizada para recepção e facilitação de produções.
Continuidade administrativa no fomento — entre 2021 e 2024, o município manteve editais regulares, o que dá previsibilidade ao setor.	Infraestrutura técnica limitada , sem estúdios equipados ou polos tecnológicos dedicados ao audiovisual.
Ambiente cultural ativo , com festivais, cineclubes e mostras periódicas (como o CinePG e o Concurso Fernando Durante), que promovem circulação e formação de público.	Escala produtiva reduzida — número limitado de CPBs e produtoras registradas.
Gestão pública engajada e técnica , com histórico de coordenação cultural bem avaliado pela SEEC-PR.	Dependência de recursos públicos e federais (FSA, LAB, LPG), sem articulação ainda com investimento privado.
Capilaridade regional — posição estratégica nos Campos Gerais, com conexões logísticas e diversidade de locações naturais e urbanas.	Mercado exibidor pequeno e concentrado em circuitos comerciais, com pouca difusão de filmes locais.
Oportunidades (Opportunities)	Ameaças (Threats)
Implantação de Film Commission local em parceria com o SEBRAE/SEEC-PR, fortalecendo a governança e a atração de produções externas.	Competição regional com cidades que já avançaram mais em produção e institucionalização (Curitiba, Londrina, Maringá e Foz do Iguaçu).
Ampliação de parcerias educacionais com universidades locais (UEPG, UTFPR) para formação técnica e pesquisa aplicada ao audiovisual.	Redução de recursos de fomento federal após a execução da Lei Paulo Gustavo, dificultando a manutenção do ritmo de investimento.
Aproveitamento do PROMIFIC como plataforma de política permanente de incentivo ao audiovisual.	Evasão de profissionais e talentos para polos mais consolidados.
Integração do audiovisual com o turismo e a economia criativa , aproveitando o potencial natural e histórico da região dos Campos Gerais.	Descontinuidade política — troca de gestões pode interromper o ritmo estável de fomento conquistado nos últimos anos.
Potencial de consolidação de um circuito alternativo de exibição , com mostras, cineclubes e festivais locais.	Baixa competitividade para coproduções nacionais , dada a falta de estrutura de grande porte.

5.5 Foz do Iguaçu

Políticas Públicas para o Audiovisual

Nos últimos anos, Foz do Iguaçu vem consolidando uma política de fomento audiovisual que alia continuidade institucional e integração entre cultura e turismo, com destaque para a atuação coordenada da Fundação Cultural de Foz do Iguaçu (FCFI) e da Secretaria Municipal de Turismo. O município estabeleceu um ciclo de editais regulares voltados à produção, difusão, formação e memória do setor, refletindo um amadurecimento notável para uma cidade de médio porte.

Entre 2022 e 2024, quatro editais principais se destacaram como instrumentos de incentivo direto:

Edital nº 3/2022 – FMIC (Fundo Municipal de Incentivo à Cultura)

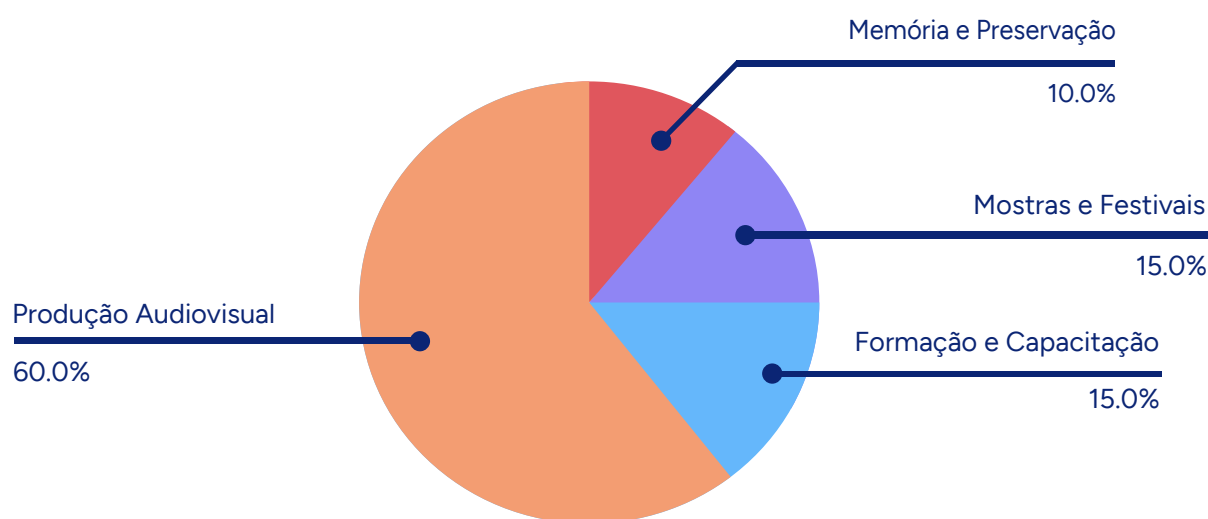
Primeiro grande edital da nova fase do Fundo Municipal, o nº 3/2022 contemplou Produção e Difusão Cultural em múltiplas linguagens, com linha específica para o audiovisual. O edital incentivou curtas-metragens, obras experimentais e ações de exibição gratuita, exigindo contrapartidas sociais e depósito de cópia das obras no acervo da FCFI. Com investimentos de aproximadamente R\$ 300 mil, o instrumento reafirmou a política municipal de fomento direto e descentralizado, fortalecendo a cadeia criativa local.

Edital nº 4/2022 – Lei Paulo Gustavo (1ª edição)

A adesão à Lei Complementar Federal nº 195/2022 (Lei Paulo Gustavo) marcou um salto na política cultural do município. O Edital nº 4/2022 estruturou a execução da LPG em quatro módulos, distribuindo os recursos da seguinte forma apresentada abaixo.

Figura 40- Distribuição recursos da LPG em Foz do Iguaçu (2023)

Distribuição dos recursos da Lei Paulo Gustavo - Foz do Iguaçu (2023)



Fonte: elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

Esses módulos garantiram equilíbrio entre criação, formação e difusão, com uma execução eficiente da LPG.

Edital nº 3/2023 – FMIC

Publicado no ano seguinte, o Edital nº 3/2023 deu continuidade à política municipal autônoma de fomento. Voltado novamente à produção e difusão cultural, o instrumento reafirmou a independência do município em relação aos repasses federais, assegurando recursos próprios para o desenvolvimento do audiovisual e de outras linguagens artísticas. Esse edital também introduziu melhorias nos critérios de pontuação, priorizando descentralização territorial, diversidade e impacto comunitário.

Edital nº 4/2024 – Lei Paulo Gustavo (2ª edição / execução complementar)

Em 2024, Foz do Iguaçu lançou a segunda edição da LPG, ampliando a execução dos recursos e abrindo novas oportunidades de financiamento. Foram mantidos os quatro módulos originais, mas com maior ênfase na difusão e preservação, visando dar continuidade às obras iniciadas na primeira fase e estimular formação técnica e preservação digital de acervos. O sucesso da execução anterior, aliado à eficiência administrativa da Fundação Cultural, fez com que Foz concluísse a aplicação integral dos recursos dentro dos prazos originais, garantindo uma execução cultural responsável.

Film Commission e Governança Audiovisual

Atualmente, Foz do Iguaçu está em acelerado processo de criação de sua Film Commission, sob mentoria e capacitação SEBRAE e SEEC através de consultoria da Filmhub, com envolvimento direto da Paraná Film Commission, FCFI e da Secretaria de Turismo. A cidade já havia experienciado, em 2012, uma tentativa inicial de criar uma comissão fílmica vinculada ao turismo, mas a iniciativa não se consolidou institucionalmente.

Diferentemente daquela experiência, o processo atual tem caráter intersetorial e institucional, com forte engajamento da gestão municipal e do setor produtivo.

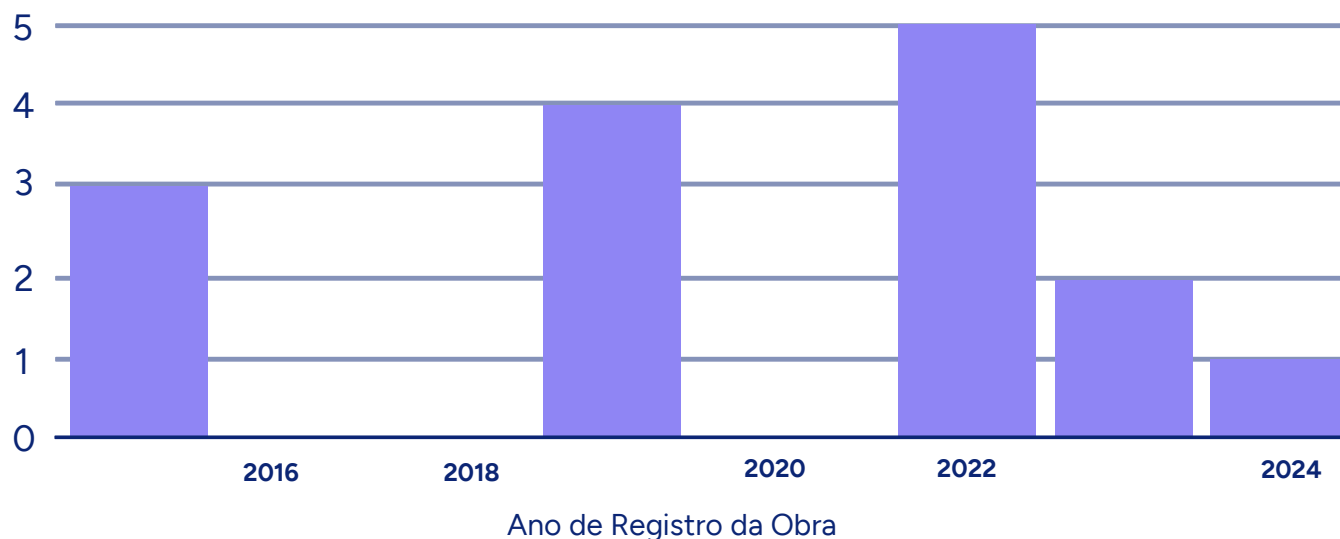
A vocação de Foz para o audiovisual é reforçada pelo crescente uso do município como locação de grandes produções, como a série DNA do Crime (Netflix), que filmou duas temporadas na cidade e prepara a terceira. Esse contexto coloca Foz do Iguaçu em uma posição estratégica para se tornar, nos próximos anos, um dos principais polos de filmagem e coprodução do Sul do Brasil.

Produção Audiovisual e Obras Registradas

O painel da ANCINE indica que, entre 2015 e 2024, Foz do Iguaçu possuía 15 Certificados de Produto Brasileiro (CPBs) emitidos. Os registros demonstram uma produção contínua e diversificada, com picos de atividade nos anos 2015, 2019 e 2022, refletindo a alternância entre períodos de maior investimento e fases de reorganização institucional.

Figura 41- Evolução CPBs emitidos em Foz do Iguaçu (2015-2024)

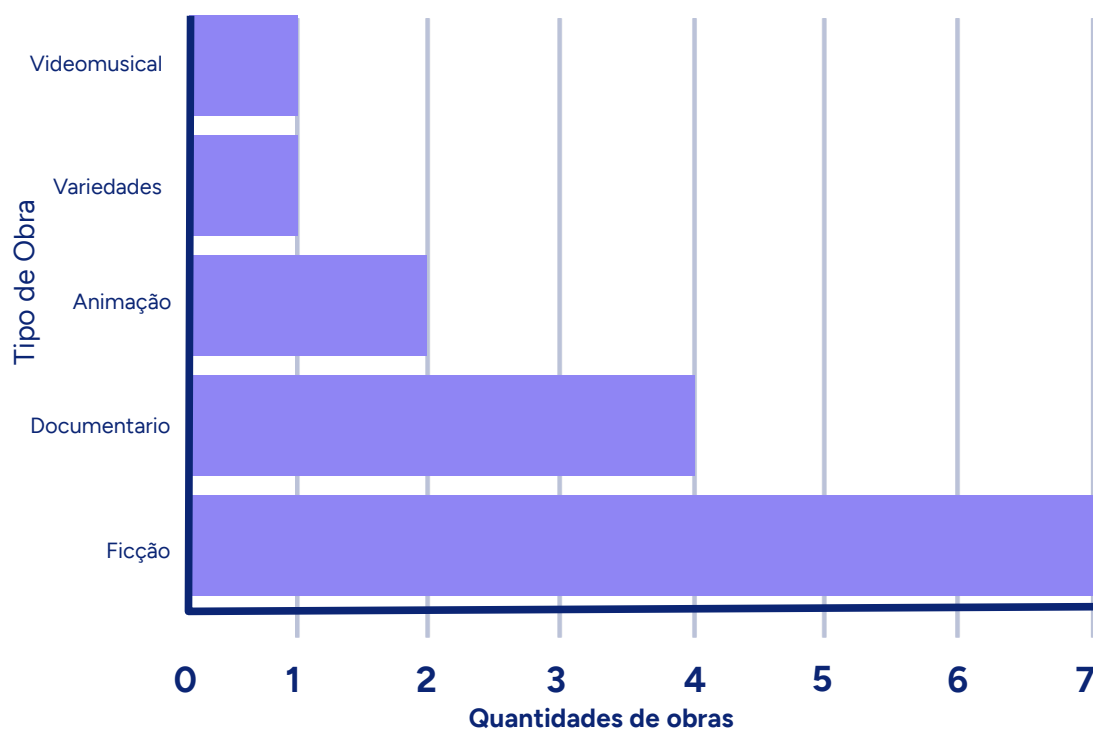
Evolução CPBs emitidos em Foz do Iguaçu (2015-2024)



Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

A tipologia das obras é variada: predominam ficções (7) e documentários (4), seguidos de duas animações e obras de variedades e videomusicais. Quanto à duração, curtas-metragens representam 40% das produções, seguidas por médias (26%) e longas-metragens (20%). A proporção entre obras não seriadas (86,7%) e seriadas (13,3%) mostra a presença ainda incipiente de formatos de longa duração e séries.

Tipo das Obras Registradas em Foz do Iguaçu

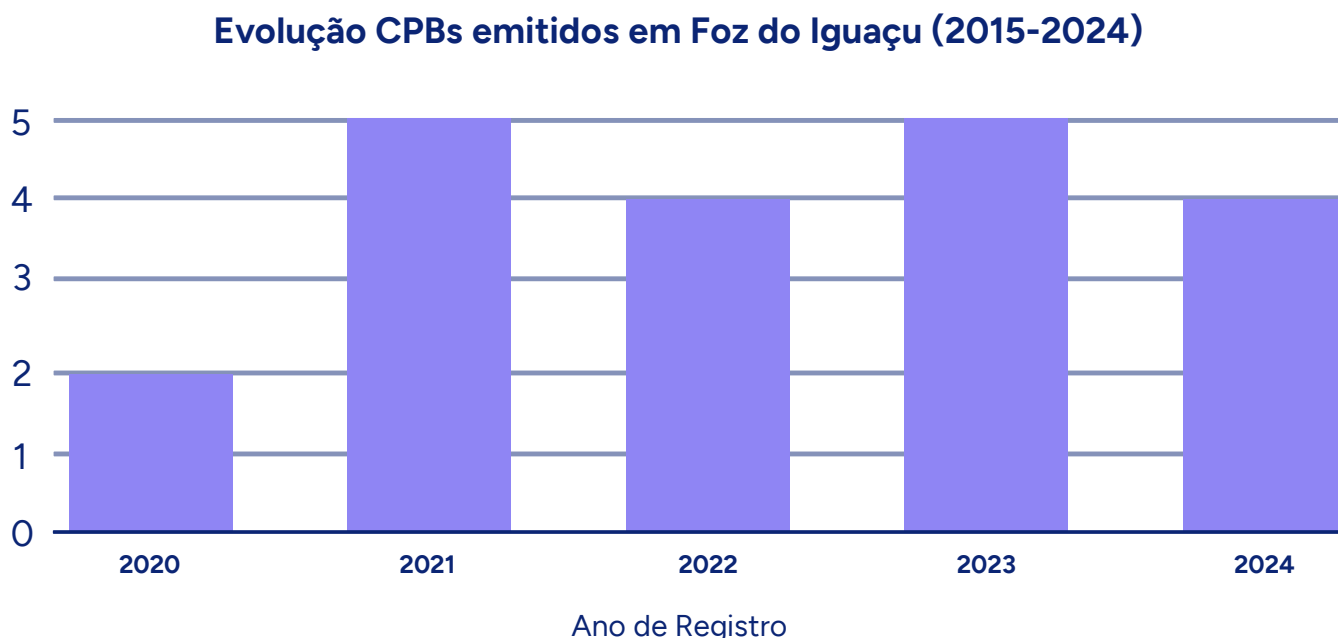


Fonte: elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

Produtoras Independentes

Segundo o Cadastro de Produtoras Brasileiras Independentes (ANCINE, 2024), Foz do Iguaçu conta com 20 produtoras regulares.

Figura 43- Evolução das Produtoras Independentes em Foz do Iguaçu (2020-2024)



Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

Todas as produtoras com CPBs e CRTs emitidos são classificadas como Nível 1, o que caracteriza um setor em consolidação, formado por pequenas empresas e realizadores locais. O aumento das produtoras indica um pequeno movimento de fortalecimento do tecido produtivo e regularização institucional do setor, favorecido pelos editais municipais e pela visibilidade trazida por filmagens externas.

Mercado de Exibição Cinematográfica

O mercado exibidor de Foz do Iguaçu apresenta estrutura estável e números expressivos para o porte da cidade. Segundo dados da ANCINE (40ª semana cinematográfica de 2025):

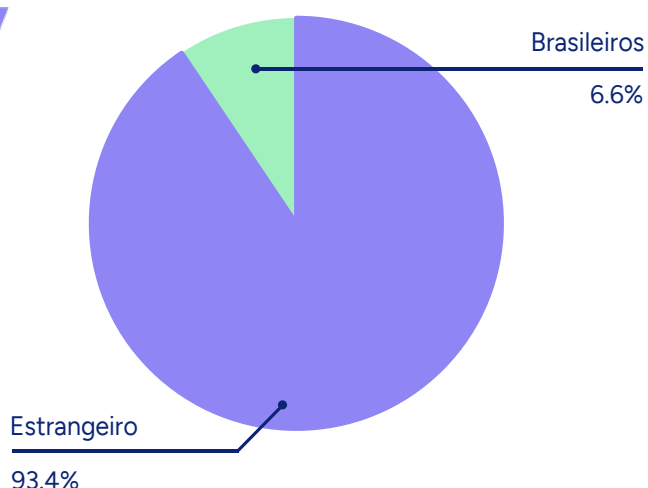
- Público acumulado: 201.380 espectadores
- Renda total: R\$ 4,19 milhões
- Preço médio do ingresso: R\$ 20,78
- Total de títulos exibidos: 129

A participação das obras estrangeiras domina amplamente o mercado, com 93,4% do público e 94,4% da renda, enquanto as obras brasileiras respondem por 6,6% e 5,6%, respectivamente.

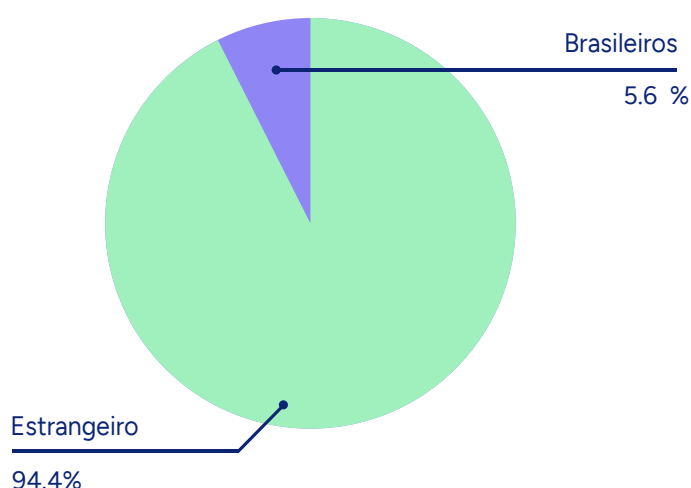
Figura 44- Participação de público e de renda em Foz do Iguaçu

Participação de Exibição - Foz do Iguaçu

Participação de Público - 2025



Participação de Renda - 2025



Fonte: Elaboração própria com dados da ANCINE (2025)

Tendências recentes

Entre 2023 e 2025, houve uma redução acumulada de 15% no público e 12% na renda, que pode ser relacionada ao encarecimento médio do ingresso. Em 2025, Foz registrou 10.363 sessões, das quais apenas 10,2% foram de filmes brasileiros, com público médio de 19 pessoas por sessão.

O mercado exibidor de Foz do Iguaçu reflete o padrão nacional: forte presença de filmes estrangeiros e retração leve, porém contínua, de público. Apesar disso, o nível de atividade e ocupação das salas é alto, mantendo a cidade como um polo cinematográfico relevante na região oeste do Paraná, com público superior ao de outras cidades médias do estado.

SWOT

Foz do Iguaçu vive um momento de transição e oportunidade histórica que é notável em sua análise SWOT. Após anos de descontinuidade institucional, o município retomou o protagonismo com dois grandes ciclos de fomento (FMIC 2022 e LPG 2023–2024) e passou a articular uma Film Commission em formação, apoiada por mentoria técnica estadual.

As forças estão no valor simbólico e logístico do território, na capacidade comprovada de receber grandes produções e na coordenação inédita entre cultura e turismo.

As fraquezas residem na fragilidade produtiva local e na falta de infraestrutura técnica.

As oportunidades são expressivas: a institucionalização da Film Commission, o turismo cinematográfico e a consolidação de Foz como polo de coproduções internacionais.

Já as ameaças decorrem da competição regional, da volatilidade orçamentária e da dependência do turismo.

No conjunto, Foz do Iguaçu se destaca como território estratégico singular, com alto

potencial de internacionalização e vocação natural para filmagens.

Com a consolidação da Film Commission e o amadurecimento do ecossistema local, o município pode se firmar como porta de entrada do audiovisual paranaense para o mercado global.

Forças (Strengths)	Fraquezas (Weaknesses)
Posição geográfica e simbólica singular , com alto valor turístico e cenográfico — uma das cidades mais internacionalmente reconhecidas do Brasil, reunindo fronteira trinacional, diversidade cultural e patrimônio natural.	Ausência de Film Commission formalmente instituída — a estrutura está em processo de criação, ainda sem marco legal definitivo.
Gestão pública articulada entre cultura e turismo , o que diferencia Foz de outras cidades e amplia o potencial de políticas intersetoriais.	Base produtiva local ainda incipiente , com número reduzido de produtoras e CPBs — a maior parte das obras filmadas são com equipes externas.
Histórico recente de editais de fomento (Lei Paulo Gustavo 2023–2024, FMIC 2022) com múltiplos módulos voltados à produção, difusão e formação, totalizando mais de R\$ 4 milhões investidos no setor.	Baixa regularidade de políticas públicas setoriais — o audiovisual ainda depende de editais pontuais e de recursos extraordinários.
Capacidade comprovada de receber produções externas , como as duas temporadas da série DNA do Crime (Netflix), que usaram Foz como locação principal.	Ausência de infraestrutura técnica própria (estúdios, locadoras, pós-produção local), obrigando produções externas a importarem toda a estrutura.
Integração institucional — engajamento simultâneo da Fundação Cultural e da Secretaria de Turismo no processo de mentoria Filmhub.	Descontinuidade administrativa histórica — tentativas anteriores de Film Commission (2012) não se sustentaram, o que gera incerteza sobre continuidade.

Oportunidades (Opportunities)	Ameaças (Threats)
Implantação definitiva da Film Commission Foz — sob mentoria da Filmhub, com modelo intersetorial entre Cultura e Turismo, capaz de estruturar um fluxo permanente de captação de produções.	Competição direta com polos emergentes como Londrina e Maringá, que já possuem cadeias produtivas mais consolidadas.
Aproveitamento do turismo cinematográfico — possibilidade de integrar o audiovisual à promoção turística, gerando roteiros de locações e experiências imersivas.	Eventual sobreposição de políticas entre cultura e turismo pode fragmentar responsabilidades e dificultar execução coordenada.
Consolidação de Foz como “janela internacional” do Paraná , atraindo coproduções estrangeiras devido à sua infraestrutura hoteleira e fronteiriça.	Dependência do turismo — flutuações econômicas e eventos climáticos podem afetar a sustentabilidade financeira do setor.
Fortalecimento do ecossistema local por meio de editais e capacitações, estimulando o surgimento de novas produtoras e técnicos locais.	Redução de recursos federais ou atraso na liberação de verbas pode comprometer a continuidade da política de fomento recém-reativada.
Aproximação com plataformas e produções de streaming , capitalizando a visibilidade conquistada com produções já realizadas na cidade.	Evasão de mão de obra qualificada — técnicos e criativos migram para centros maiores diante da escassez de estrutura local.

Considerações finais

O presente estudo, apesar de ter elucidado diversos dados relevantes sobre o setor audiovisual paranaense, se deparou com lacunas de informações e limitações de escopo as quais podem ser superadas com a implementação de uma política pública perene que sistematize dados e produza inteligência sobre o setor audiovisual. De tal forma se possibilitará o desenvolvimento de políticas públicas baseadas em evidências, aprimorando sua eficácia (PINHEIRO, 2020).

Em termos de plataformas de dados, não há plataformas locais focadas no setor audiovisual. Contudo há localmente o Sistema de Informação da Cultura (SIC) da SEEC, que compila dados sobre o setor cultural no Estado, e o painel BI de Economia Criativa e Artesanato, do SEBRAE, que no momento da realização do estudo se encontrava em fase de testes, mas que servirá como importante fonte de dados, uma vez que compila informações de cinco bases de dados distintas.

Para além das publicações de seus editais de fomento e seus respectivos resultados, cada ente federado objeto do estudo não disponibiliza, de forma digital, dados sobre o setor audiovisual. Avaliando as entidades representativas, além do mapeamento da AVEC, a LAVi mantém em seu website uma plataforma com uma lista de empresas e instituições vinculadas à economia criativa da cidade. Os sindicatos SIAPAR e SATED-PR não possuem publicações ou disponibilização de dados em meio digital.

Apesar de ter sido anunciado o lançamento de um Observatório da Cultura do Paraná em junho de 2023 (Secretaria da Cultura do Estado do Paraná, 2023), os resultados do Observatório não foram localizados ao longo da condução do presente estudo. Nesse contexto, as film commissions são ferramentas poderosas para a disponibilidade de dados sobre as produções filmadas na região, então a Paraná Film Commission, a Curitiba Film Commission e as film commissions municipais em desenvolvimento devem ter em mente esse papel importante.

Informações sobre disponibilidade de infraestrutura, mão de obra especializada, equipamento e formação seriam de grande interesse para compreensão do status do setor e por isso, seria interessante elaboração de estudo mais aprofundado sobre os temas em parceria com as entidades representativas e em conversas com o setor.

Um levantamento qualitativo em entrevistas com profissionais do setor é indispensável para mapeamento das percepções do setor sobre a sua atuação e dificuldades, além de relação com outros centros de produção no Brasil.

A plena adesão dos entes federados do Paraná à LPG e o alto nível de execução orçamentária dos editais são evidentemente bons indicativos. Não obstante, é recomendável avaliar as entregas dos projetos e iniciativas beneficiados a partir de suas respectivas prestações de contas e, idealmente, de seu alcance, em especial se os projetos foram devidamente concluídos, quais foram lançados, como foram os lançamentos, entre outros critérios de avaliação pertinentes a cada modalidade de beneficiário. Com base em tais dados, será possível aprimorar futuras políticas públicas de fomento.

Tendo em vista os diversos elos da cadeia audiovisual, o constante aprimoramento das políticas públicas e a sua perenidade são fundamentais para o desenvolvimento do pleno potencial desse setor. Por exemplo, ao avaliar a distribuição audiovisual no Paraná, é possível concluir que ela reflete um estágio de amadurecimento intermediário dentro da cadeia produtiva nacional, com avanços consistentes na circulação de conteúdos independentes, mas ainda marcada por baixa concentração de distribuidoras de grande porte e a aparente dependência de agentes sediados em outros estados. Considerando que agentes de estados como São Paulo e Rio de Janeiro contam com políticas públicas voltadas para o seu desenvolvimento, é necessário ponderar como o Paraná pode aprimorar a adequação de suas políticas para a distribuição, principalmente avaliando que o único edital da LPG avaliado que foi destinado à distribuição teve execução de pouco mais de 26% de seus recursos.

Em produção audiovisual não publicitária, o Paraná é responsável por uma fatia pequena da produção nacional, mas ainda ocupa uma posição de destaque em comparação com outros estados brasileiros, ocupando a 6ª posição no ranking de emissão de CPBs. Em relação a região Sul, o Paraná ainda fica bem atrás do Rio Grande do Sul, e talvez seja o caso de buscar

compreender e se aprofundar nas disparidades entre os dois estados e as razões para isso, também se espelhar em casos de sucesso do estado vizinho e buscar possibilidades de parcerias tanto na elaboração de políticas públicas que beneficiem ambos quanto no desenvolvimento de negócios entre empresas dos dois estados.

Entre 2002 e o período analisado, o Paraná registrou a emissão de 1.558 CPBs, que originaram 1.059 CRTs. Embora o estado tenha contribuído com 2,6% da produção brasileira não publicitária, respondeu por apenas 0,58% das comercializações, o que sugere possíveis obstáculos na colocação das obras no mercado. Isso pode ser considerado um ponto de atenção para a elaboração de políticas do setor.

O Paraná é o segundo estado em produção publicitária do Brasil, ou seja, uma liderança importante com potencial relevante de aprimoramento e crescimento. As produções não se concentram apenas em Curitiba com participação muito relevante de Maringá, com 25% da produção do estado em 2024. A publicidade é uma via importante para o desenvolvimento do audiovisual no Paraná como um todo e um caminho essencial para ser trilhado pelas políticas públicas na concretização, descentralização e reconhecimento da potência do audiovisual paranaense no contexto nacional e internacional. Um levantamento específico para a publicidade seria interessante para valorização e entendimento mais profundo do segmento. Pode ser interessante, por exemplo, o mapeamento das produtoras em destaque e da participação delas em fóruns e premiações internacionais da publicidade, como o Cannes Lions, em que o Brasil é uma liderança importante. A elevada participação do Paraná na produção publicitária (10,66%), em contraste com sua reduzida participação na produção brasileira de obras não publicitárias (2,6%), pode indicar um cenário favorável à ampliação da produção local no segmento não publicitário.

Apartar as obras audiovisuais publicitárias das políticas públicas elaboradas para o restante do setor audiovisual pode gerar um subaproveitamento do potencial econômico e social do audiovisual. Em geral as empresas e profissionais que trabalham para as filmagens publicitárias são majoritariamente as mesmas que trabalham para as filmagens não publicitárias, portanto, ao se implementar uma film commission e outras políticas públicas, deve-se incluir as obras publicitárias. A renda, o emprego e a experiência que as filmagens publicitárias produzem para o setor audiovisual local são significativas e não devem ser desconsideradas enquanto parte do ecossistema pelo poder público. Esse tipo de produção é essencial para garantir a sustentabilidade, crescimento e infraestrutura do audiovisual no estado e é um grande destaque do Paraná.

O setor audiovisual constitui uma expressão cultural fundamental e, como tal, deve ter o acesso de novos realizadores assegurado por meio de políticas públicas que também promovam a diversidade e a regionalização. No entanto, restringir essas políticas apenas à dimensão cultural do setor significa negligenciar sua relevância econômica e seu potencial de impulsionar o desenvolvimento local. De acordo com o estudo “Valor Adicionado pelo Setor Audiovisual” (ANCINE, 2019), o audiovisual brasileiro gerou, em 2019, mais valor para o PIB nacional do que o setor têxtil, apresentando desempenho comparável ao da indústria farmacêutica.

Dessa forma, as políticas públicas voltadas ao setor devem considerar não apenas seu papel cultural, mas também a necessidade de fortalecer a estrutura produtiva da cadeia audiovisual, assegurando recursos adequados para seus diferentes elos e promovendo

critérios de fomento também alinhados ao desempenho comercial dos projetos.

Adicionalmente, políticas que garantam a receptividade a filmagens não paranaenses para fazerem uso dos cenários do Paraná também é uma importante forma de se atrair renda, gerar empregos e promover a formação da mão-de-obra local. Mecanismos fiscais e financeiros de incentivos às filmagens externas são uma das principais ferramentas para tanto (OLSBURG SPI, 2024), mas é possível aprimorar a atratividade do território com outras políticas que não envolvam um grande investimento financeiro por parte do Estado, como procedimentos fáceis e previsíveis de autorização de filmagens, catálogos de possíveis locações, programas de formação de mão-de-obra local, entre outros (AFCI, s.d.). Para garantir políticas mais efetivas, a coleta de dados referentes às filmagens externas que ocorrem no estado é peça fundamental.

A internacionalização do setor audiovisual no Paraná, conforme observado neste estudo, ainda é incipiente, mas representa uma importante oportunidade de diversificação das fontes de financiamento, formação e reconhecimento. Investimentos em capacitação de empresas para coproduções e parcerias internacionais, aliados a políticas de internacionalização como o apoio à participação em festivais, podem oferecer ao estado uma vantagem competitiva em relação a outras regiões.

Observa-se também uma recuperação gradual no período pós-pandemia, evidenciada, por exemplo, pela superação dos níveis pré-pandemia tanto no número de salas de exibição quanto na emissão de CPBs. Embora a emissão de CRTs publicitários ainda não tenha retornado ao patamar de 2019, o segmento demonstra crescimento constante.

O estudo também revelou a escassez de ofertas de formação profissional na área audiovisual. Assim, a elaboração de um diagnóstico específico sobre a formação — associado a um levantamento qualitativo com profissionais do setor — poderia identificar carências ocupacionais e profissões em falta no estado para nortear a elaboração de políticas que respondam a essa demanda. Tal iniciativa contribuiria, ainda, para ampliar a diversidade do setor, hoje fortemente concentrado em profissionais homens e brancos, o que pode indicar barreiras de entrada para determinados grupos sociais.

A cidade de Curitiba destaca-se como o principal polo audiovisual do Paraná, concentrando 77,2% da produção não publicitária e 25,26% da produção publicitária do estado. O município lidera diversos indicadores — como número de salas de exibição, profissionais atuantes e volume de produções — e se consolida como o núcleo central da atividade audiovisual paranaense. Diante disso, o apoio do governo estadual às ações da Curitiba Film Commission é essencial para fortalecer o ecossistema audiovisual do estado, dada sua relevância em termos de mão de obra qualificada, capacidade produtiva, empresas consolidadas e público consumidor.

REFERÊNCIAS

3 MARGENS FESTIVAL LATINO-AMERICANO DE CINEMA. Foz do Iguaçu / Ciudad del Este / Puerto Iguazú: 3 Margens Festival, [s.d.]. Disponível em: <https://festival3margens.com/>. Acesso em: 2 nov. 2025.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). Anuário Estatístico do Audiovisual Brasileiro 2024. Brasília: ANCINE, 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos.pdf/anuario-do-audiovisual-brasileiro-2024r.pdf>. Acesso em: 1 nov. 2025.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). Agência Nacional do Cinema – portal institucional. Brasília: ANCINE, 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br>. Acesso em: 1 nov. 2025.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). Conjuntos de Dados – Lançamentos Comerciais por Distribuidoras. Disponível em: <https://dados.gov.br/dados/conjuntos-dados/lancamentos-comerciais-por-distribuidoras>. Acesso em: 1 nov. 2025.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). Informe Anual — Mercado Cinematográfico 2024. Brasília: ANCINE, 16 maio 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos.pdf/informe-mercado-cinematografico-2024.pdf>. Acesso em: 1 nov. 2025.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA. Brasília: ANCINE, 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca>.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual – OCA. [S.d.]. Brasília: ANCINE. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca>.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). Painel Agentes Econômicos – OCA. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/paineis-interativos-1/paineis-interativos-subsecao-agentes-economicos-do-audiovisual/painel-agentes-economicos>. Acesso em: 2 nov. 2025.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). Painel Complexos e Salas de Exibição – OCA. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/paineis-interativos-1/paineis-interativos-subsecao-agentes-economicos-do-audiovisual/painel-complexos-e-salas-de-exibicao>. Acesso em: 2 nov. 2025.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). Painel da Produção Audiovisual Brasileira – OCA. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/paineis-interativos-1/paineis-interativos-subsecao-obras-audiovisuais/painel-da-producao-audiovisual-brasileira>. Acesso em: 2 nov. 2025.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). Painel de CRT de Obras Não Publicitárias – OCA. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/paineis-interativos-1/paineis-interativos-subsecao-obras-audiovisuais/painel-de-crt-de-obras-nao-publicitarias>. Acesso em: 2 nov. 2025.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). Painel de CRT de Obras Publicitárias – OCA. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/paineis-interativos-1/paineis-interativos-subsecao-obras-audiovisuais/painel-de-crt-de-obras-publicitarias>. Acesso em: 2 nov. 2025.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). Painel de Indicadores do Mercado de Exibição – OCA. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/paineis-interativos-1/paineis-interativos-subsecao-mercado-audiovisual/painel-indicadores-do-mercado-de-exibicao>. Acesso em: 2 nov. 2025.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). Paineis de Produtoras Brasileiras Independentes e Classificação de Nível – OCA. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oqa/paineis-interativos-1/paineis-interativos-subsecao-agentes-economicos-do-audiovisual/painel-de-produtoras-brasileiras-independentes-e-classificacao-de-nivel>. Acesso em: 2 nov. 2025.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). Paineis de Coproduções Internacionais – OCA. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oqa/paineis-interativos-1/paineis-interativos-subsecao-obras-audiovisuais/painel-de-coproducoes-internacionais>.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). Programa de Apoio à Participação de Filmes Brasileiros em Festivais Internacionais: 2010 a 2019. Brasília: ANCINE, 2020.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). Registro — Registro de Obras. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/aceso-a-informacao/perguntas-frequentes/registro-registro-de-obras>. Acesso em: 9 out. 2025.

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA (ANCINE). Valores Captados por Projeto Incentivado – Em Reais (R\$) – 2002 a Julho de 2020. Brasília: ANCINE, 2020.

ASSOCIAÇÃO DE VÍDEO E CINEMA DO PARANÁ (AVEC). Mapeamento do Audiovisual Paranaense 2018. Curitiba: AVEC, 2018 [revisado em 2020]. 1 relatório técnico, 32 p. Disponível em: <https://www.mapr2018.wordpress.com/>. Acesso em: 2 nov. 2025.

ASSOCIATION OF FILM COMMISSIONERS INTERNATIONAL (AFCI). Understanding & Establishing a Film Commission: Best Practice. [S.l.]: AFCI, [s.d.].

BRASIL. Agência Nacional do Cinema (ANCINE). Instrução Normativa nº 105, de 10 de julho de 2012. Publicada no Diário Oficial da União, Brasília, DF, 17 jul. 2012. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/aceso-a-informacao/legislacao/instrucoes-normativas/instrucao-normativa-105>.

BRASIL. Agência Nacional do Cinema (ANCINE). Instrução Normativa nº 105, de 10 de julho de 2012: Dispõe sobre o Registro de Título da Obra Audiovisual Não Publicitária, a emissão de Certificado de Registro de Título e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 10 jul. 2012. Disponível em: <https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=286228>. Acesso em: 8 out. 2025.

BRASIL. Lançamentos comerciais por distribuidoras. Portal de Dados Abertos do Governo Federal, Brasília, 2025. Disponível em: <https://dados.gov.br/dados/conjuntos-dados/lançamentos-comerciais-por-distribuidoras>. Acesso em: 1 nov. 2025.

BRASIL. Medida Provisória nº 2.228-1, de 6 de setembro de 2001. Estabelece princípios gerais da Política Nacional do Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema e a Agência Nacional do Cinema – ANCINE, e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 11 set. 2001. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/mpv/2228-1.htm.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (BNDES). Fundo Setorial do Audiovisual (FSA). Disponível em: <https://www.bndes.gov.br/wps/portal/site/home/transparencia/fundos-governamentais/fundo-setorial-do-audiovisual3>. Acesso em: 01 nov. 2025.

CURITIBA FILM COMMISSION – PREFEITURA DE CURITIBA. Portal Film Commission. Curitiba: Prefeitura de Curitiba, [s.d.]. Disponível em: <https://filmcommission.curitiba.pr.gov.br/>. Acesso em: 1 nov. 2025.

CURTA PARANAGUÁ – FESTIVAL DE CURTAS-METRAGENS. Paranaguá: [s.n.], 2024. Disponível em: <https://curtaparanagua.com.br/>. Acesso em: 2 nov. 2025.

ECONOMIA CRIATIVA LONDRINA. Rede de atores do LAVI – Economia Criativa e

Audiovisual de Londrina e região. Disponível em: <https://economiacriativallondrina.com.br/>. Acesso em: 2 nov. 2025.

ESTADO DO PARANÁ. Decreto nº 3.000, de 3 de agosto de 2023. Institui o Programa de Filmagens e Gravações do Estado do Paraná (PrFilm Commission). Publicado no Diário Oficial nº 11.474, de 3 de agosto de 2023. Disponível em: <https://www.legislacao.pr.gov.br/legislacao/listarAtoAno.do?action=exibir&codAto=302712&codItemAto=1917866#1917866>. Acesso em: 1 nov. 2025.

FESTIVAL DE AUDIOVISUALIDADES DO MAC PARANÁ. Curitiba: Museu de Arte Contemporânea do Paraná (MAC-PR), 4 a 7 jul. 2024. Disponível em: <https://www.mac.pr.gov.br/Noticia/Festival-de-Audiovisualidades-do-MAC-Parana-tera-mostras-competitivas-e-de-acervo>. Acesso em: 2 nov. 2025.

FESTIVAL DE CINEMA CURUCACA. Guarapuava: Prefeitura de Guarapuava / Unicentro, [2025]. Disponível em: <https://guarapuava.pr.gov.br/noticias/1o-festival-de-cinema-curucaca-e-projeta-o-audiovisual-autoral/>. Acesso em: 2 nov. 2025.

FESTIVAL DE CINEMA DE CASCAVEL. Cascavel: Prefeitura de Cascavel, [s.d.]. Disponível em: <https://cascavel.atende.net/cidadao/noticia/vem-ai-festival-de-cinema-de-cascavel-chega-a-11-edicao-celebrando-a-setima-arte>. Acesso em: 2 nov. 2025.

FESTIVAL DE CINEMA DE PINHAIS (FESTCINE). Pinhais: Prefeitura de Pinhais, [s.d.]. Disponível em: <https://pinhais.atende.net/cidadao/pagina/11-festcine>. Acesso em: 2 nov. 2025.

FICSAMAS – FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINEMA DE SÃO MATEUS DO SUL. São Mateus do Sul: [s.n.], [2024]. Disponível em: <https://www.festivalcinesamas.com/>. Acesso em: 2 nov. 2025.

FUNDAÇÃO CULTURAL DE CURITIBA. Edital nº 030/2024 – Paulo Gustavo em Curitiba: Audiovisual. Curitiba: Fundação Cultural de Curitiba, [2024]. Disponível em: http://www.fundacaoculturaldecuitiba.com.br/leideincentivo/edital_030_2024/. Acesso em: 1 nov. 2025.

FUNDAÇÃO CULTURAL DE CURITIBA. Edital nº 092/2023 – Audiovisual. Curitiba: Fundação Cultural de Curitiba, [2023]. Disponível em: <http://www.fundacaoculturaldecuitiba.com.br/leideincentivo/ed092-2023/>. Acesso em: 1 nov. 2025.

FUNDAÇÃO CULTURAL DE FOZ DO IGUAÇU. Edital nº 03/2023. Foz do Iguaçu: Fundação Cultural de Foz do Iguaçu, [2023]. Disponível em: <https://culturafoz.pmfi.pr.gov.br/#/site/edital-detalle/60>. Acesso em: 1 nov. 2025.

FUNDAÇÃO CULTURAL DE FOZ DO IGUAÇU. Edital nº 05/2023. Foz do Iguaçu: Fundação Cultural de Foz do Iguaçu, [2023]. Disponível em: <https://culturafoz.pmfi.pr.gov.br/#/site/edital-detalle/62>. Acesso em: 1 nov. 2025.

FUNDAÇÃO ITAÚ. Observatório Fundação Itaú – portal de dados e pesquisas. São Paulo: Fundação Itaú, 2025. Disponível em: <https://fundacaoitaui.org.br/observatorio>. Acesso em: 1 nov. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). CNAE 2.0 – Atividades Econômicas (Códigos 59, 5920 e subs). Versão 7.0.0 / Subclasse 10.1.0, 2025. Disponível em: https://cnae.ibge.gov.br/?option=com_cnae&view=atividades&Itemid=6160&tipo=cnae&chave=59&versao_classe=7.0.0&versao_subclasse=10.1.0. Acesso em: 2 nov. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Sistema de Informações e Indicadores Culturais – SIIC (2011-2022). Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>

estatisticas/multidominio/cultura-recreacao-e-esporte/9388-indicadores-culturais.html. Acesso em: 2 nov. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Cadastro Central de Empresas. Brasília: IBGE, [s.d.]. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/pesquisa/19/143491?localidade=410690>. Acesso em: 2 nov. 2025.

INSTITUTO ITAÚ CULTURAL. Painel de Dados. São Paulo: Itaú Cultural, 2023. Disponível em: <https://www.itaucultural.org.br/observatorio/paineldedados/pesquisa/trabalhadores-criativos>. Acesso em: 2 nov. 2025.

KINOARTE – FESTIVAL DE CINEMA. Londrina: Kinoarte – Instituto de Cinema de Londrina, [s.d.]. Disponível em: <https://kinoarte.org/festival/>. Acesso em: 2 nov. 2025.

MECI – MERCADO DO CINEMA INDEPENDENTE. Curitiba: MECI, [s.d.]. Disponível em: <https://www.meci.com.br/>. Acesso em: 2 nov. 2025.

OLHAR DE CINEMA – FESTIVAL INTERNACIONAL DE CURITIBA. Curitiba: Olhar de Cinema, [s.d.]. Disponível em: <https://www.olhardecinema.com.br/>. Acesso em: 2 nov. 2025.

OLSBURG SPI. Global Film and Television Production Incentives. London: Olsberg SPI, nov. 2024. White Paper.

OLSBURG•SPI. Global Screen Production – The Impact of Film and Television Production on Economic Recovery from COVID-19: a study. Londres: Olsberg•SPI, 25 jun. 2020. Disponível em: <https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2024/03/Global-Screen-Production-and-COVID-19-Economic-Recovery-Final-2020-06-25.pdf>. Acesso em: 31 out. 2025.

OXFORD ECONOMICS. The Economic Contribution of Brazil's Audiovisual Industry in 2024 [online]. Oxford, 9 out. 2025. Disponível em: <https://www.oxfordeconomics.com/resource/the-economic-contribution-of-brazils-audiovisual-industry-in-2024/>.

PARANÁ FILM COMMISSION. Portal Paraná Film Commission. Disponível em: <https://www.prfilmcommission.pr.gov.br/>. Acesso em: 1 nov. 2025.

PINHEIRO, Maurício. Políticas públicas baseadas em evidências (PPBEs): delimitando o problema conceitual. Brasília: Ipea, 2020. (Texto para Discussão, n. 2554). Disponível em: https://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/9915/1/td_2554.pdf.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE LONDRINA. Lei Paulo Gustavo. Londrina: Prefeitura de Londrina, atualizado em 16 ago. 2024. Disponível em: <https://portal.londrina.pr.gov.br/lei-paulo-gustavo>. Acesso em: 1 nov. 2025.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE LONDRINA. Portal Cultura. Londrina: Prefeitura do Município de Londrina, [s.d.]. Disponível em: <https://portal.londrina.pr.gov.br/menu-oculto-cultura>. Acesso em: 1 nov. 2025.

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE PONTA GROSSA. Lei Complementar nº 195, de 8 de julho de 2022 (Lei Paulo Gustavo). Ponta Grossa: Prefeitura do Município de Ponta Grossa, [2022]. Disponível em: <https://cultura.pontagrossa.pr.gov.br/lpg-2/#:~:text=A%20Lei%20Complementar%20195%2F2022,.....> Acesso em: 1 nov. 2025.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA. Filmmaking – Film Commission. Curitiba: Prefeitura Municipal de Curitiba, [s. d.]. Disponível em: <https://filmcommission.curitiba.pr.gov.br/>. Acesso em: 03 nov. 2025.

SECRETARIA DA CULTURA DO ESTADO DO PARANÁ. Edital Audiovisual I – Produção e Roteiro. Curitiba: Secretaria da Cultura (SEEC), [2023]. Disponível em: <https://www.cultura.pr.gov.br/Pagina/Edital-Audiovisual-1-Producao-e-Roteiro>. Acesso em: 1 nov. 2025.

SECRETARIA DA CULTURA DO ESTADO DO PARANÁ. Edital Audiovisual II – Apoio à

Manutenção e ao Restauro de Salas de Cinema. Curitiba: Secretaria da Cultura, [2023]. Disponível em: <https://www.cultura.pr.gov.br/Pagina/Edital-Audiovisual-2-Apoio-Manutencao-e-ao-Restauro-de-Salas-de-Cinema>. Acesso em: 1 nov. 2025.

SECRETARIA DA CULTURA DO ESTADO DO PARANÁ. Edital Audiovisual III – Capacitação, Pesquisa, Memória e Difusão. Curitiba: Secretaria da Cultura (SEEC), [2023]. Disponível em: <https://www.cultura.pr.gov.br/Pagina/Edital-Audiovisual-3-Capacitacao-Pesquisa-Memoria-e-Difusao>. Acesso em: 1 nov. 2025.

SECRETARIA DA CULTURA DO ESTADO DO PARANÁ. Edital Audiovisual IV – Circulação, Licenciamento e Distribuição. Curitiba: Secretaria da Cultura (SEEC/PR), [2023]. Disponível em: <https://www.cultura.pr.gov.br/Pagina/Edital-Audiovisual-4-Circulacao-Licenciamento-e-Distribuicao>. Acesso em: 1 nov. 2025.

SECRETARIA DA CULTURA DO ESTADO DO PARANÁ. Edital Cinema na Praça. Curitiba: Secretaria da Cultura, [2023]. Disponível em: <https://www.cultura.pr.gov.br/Pagina/Edital-Cinema-na-Praca>. Acesso em: 1 nov. 2025.

SECRETARIA DA CULTURA DO ESTADO DO PARANÁ. Estado lança Observatório da Cultura para medir impacto do setor na economia. Curitiba: Secretaria da Cultura, 16 jun. 2023. Disponível em: <https://www.cultura.pr.gov.br/Noticia/Estado-lanca-Observatorio-da-Cultura-para-medir-impacto-do-setor-na-economia>. Acesso em: 1 nov. 2025.

SECRETARIA DA CULTURA DO ESTADO DO PARANÁ. Portal Cultura PR. Curitiba: Secretaria da Cultura, [s.d.]. Disponível em: <https://www.cultura.pr.gov.br/>. Acesso em: 1 nov. 2025.

SECRETARIA DE CULTURA DE MARINGÁ. Edital nº 230/2023 – Lei Paulo Gustavo – Audiovisual. Maringá: Secretaria de Cultura de Maringá, [2023]. Disponível em: <https://maringacultura.maringa.pr.gov.br/oportunidade/318/#info>. Acesso em: 1 nov. 2025.

SECRETARIA DE CULTURA DE MARINGÁ. Portal Maringá Cultura. Maringá: Secretaria de Cultura de Maringá, [s.d.]. Disponível em: <https://maringacultura.maringa.pr.gov.br/>. Acesso em: 1 nov. 2025.

SECRETARIA DE CULTURA DE PONTA GROSSA. Portal Cultura. Ponta Grossa: Secretaria de Cultura de Ponta Grossa, [s.d.]. Disponível em: <https://cultura.pontagrossa.pr.gov.br/>. Acesso em: 1 nov. 2025.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). Estudo de inteligência de mercado audiovisual: parte II – cadeia produtiva do audiovisual. Brasília: SEBRAE, 2015. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br>. Acesso em: 8 out. 2025.

