

# Estudo de Demanda Profissional no Setor Audiovisual



DEZ. 2023

Firjan  
F523e      Estudo de demanda profissional no setor audiovisual / Firjan, SICAV  
Sindicato da Indústria Audiovisual. – Rio de Janeiro: [s.n], 2023  
19 p. : il.

1. Indústria audiovisual. 2. Economia criativa. 3. Profissionalização.  
I. Sindicato da Indústria Audiovisual. II. Título

CDD 331.7



## **Firjan – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro**

Presidente

**Eduardo Eugenio Gouvêa Vieira**

1º Vice-Presidente Firjan

**Luiz César Caetano**

2º Vice-Presidente Firjan

**Carlos Erane de Aguiar**

1º Vice-Presidente CIRJ

**Carlos Fernando Gross**

Diretor de Competitividade Industrial e Comunicação Corporativa

**João Paulo Alcantara Gomes**

Diretora de Gestão de Pessoas (interina)

**Adriana Torres**

Diretor Executivo Firjan SENAI SENAI

**Alexandre dos Reis**

Diretora de Compliance e Jurídico

**Gisela Pimenta Gadelha**

Diretora de Pessoas, Finanças e Serviços Corporativos

**Luciana Costa M. de Sá**

Diretor de Educação

**Vinícius Cardoso**

## **GERÊNCIA GERAL DE RELACIONAMENTO – GGR**

Gerente Geral de Relacionamento

**Cesar Kayat Bedran**

## **PESQUISA**

Gerente de Estudos e Pesquisas

**Tatiana Sanchez**

Coordenadora de Estudos e Pesquisas

**Juliana Campos**

Consultora de Estudos e Pesquisas

**Joana Siqueira**

Equipe Técnica

**Andreia Antunes**

**Ygor Silva (estagiário)**

**DEZ. 2023**

---

[www.firjan.com.br](http://www.firjan.com.br)  
Av. Graça Aranha, 1,  
10º andar, Centro,  
Rio de Janeiro

## Colaboração externa

---



### SICAV - SINDICATO DA INDÚSTRIA AUDIOVISUAL

Presidente

**Leonardo Jasmin Edde**

Diretora

**Irina Neves**

Vice-Presidente

**Leonardo M. Barros**

# Sumário

1. INTRODUÇÃO .....	5
2. PERFIL DAS EMPRESAS .....	7
3. PROFISSIONAIS DE AUDIOVISUAL.....	12
4. PROFISSÕES DO SETOR.....	14
5. IMPACTOS DA CARÊNCIA DA MÃO DE OBRA .....	16
6. CENÁRIO FLUMINENSE.....	17
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	18

# 1. Introdução

## 1.1. Compreendendo o cenário da mão de obra do setor audiovisual

O BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento – publicou, em 2021, o estudo “Nos Bastidores: Criatividade e Investimento para a América Latina e no Caribe”, realizado em 2019 pela Olsberg. SPI (PSI) – consultoria estratégica internacional das indústrias criativas. Dentre os diversos pontos abordados, observa-se um foco principal na necessidade da indústria audiovisual suprir uma carência já evidenciada de capital humano. Há um capítulo específico sobre as habilidades humanas e sociais, que, embora o mercado de trabalho venha sentindo cada vez mais a força das tecnologias na substituição da mão de obra por máquinas, são consideradas inestimáveis e insubstituíveis.

O estudo também evidencia a importância da formação contínua para o mercado de audiovisual e que essa formação deve ir além do conhecimento técnico:

“A crise de COVID-19 deixou claro que, se precisamos de algo agora, são mais trabalhadores que tenham perseverança, criatividade, empatia e flexibilidade para se adaptar e continuar aprendendo em cenários de grande incerteza. Sabemos que essas competências sempre foram necessárias e, justamente por serem atemporais, se enquadram em muitas circunstâncias da vida, o que significa que são necessárias para muitos empregos. Dominá-las é fundamental não apenas em termos econômicos, tanto individual quanto coletivamente, mas também porque afetam nossa capacidade de inovar e prosperar, de conviver com outras culturas e de nos relacionar com as experiências de outras pessoas.”<sup>1</sup>

Atualmente, existem no Brasil 56 plataformas de streaming<sup>2</sup> e, à reboque, a produção de conteúdo audiovisual não para de crescer, puxando os empregos em tempo integral na indústria. Alia-se a isso a velocidade cada vez mais acelerada de novas tecnologias de produção e pré-produção, obrigando as empresas deste setor estarem sempre atualizadas para se manterem competitivas nesse mercado globalizado.

Segundo o Mapeamento da Indústria Criativa da Firjan (2022), a ascensão de novas tecnologias de comunicação e mídia, bem como diferentes formas de disseminação de conteúdo, tem provocado mudanças estruturais na distribuição ocupacional dos profissionais que atuam na área, bem como nas relações trabalhistas e nas habilidades técnicas e comportamentais demandadas pelo setor.

Nesse cenário, o Sindicato da Indústria Audiovisual (SICAV) buscou a Firjan para identificar e qualificar a carência de profissionais, percebidas pelo setor com o intuito de identificar os principais entraves e fomentar a formação profissional para o Audiovisual.

Com o principal objetivo de compreender o cenário do setor audiovisual atual – considerando que a mão de obra é um dos pilares essenciais para a recuperação, manutenção e crescimento do setor – a pesquisa apresenta os principais desafios encontrados pelas empresas contratantes desses profissionais, bem como suas principais demandas, e um panorama do que se espera para os próximos três anos e os impactos que a carência de profissionais qualificados pode trazer para o setor.

<sup>1</sup> Nos Bastidores: Criatividade e Investimento para a América Latina e no Caribe

<sup>2</sup> [https://www.aicinema.com.br/brasil-tem-maior-numero-de-servicos-de-streamings-da-america-latina-com-137-plataformas/#::-:text=Com%20137%20plataformas%20que%20d%C3%A3o,%25\)%20e%20Globoplay%20\(30%25\)](https://www.aicinema.com.br/brasil-tem-maior-numero-de-servicos-de-streamings-da-america-latina-com-137-plataformas/#::-:text=Com%20137%20plataformas%20que%20d%C3%A3o,%25)%20e%20Globoplay%20(30%25)).



## 1.2. Metodologia e amostra da pesquisa

Esta pesquisa foi estruturada e desenvolvida pela Gerência de Estudos e Pesquisas da Firjan – GPE e contou com a colaboração fundamental do SICAV para o conteúdo técnico e identificação dos 48 perfis profissionais chave do setor. A pesquisa contou com metodologia quantitativa, realizada através de entrevistas por telefone com questionários estruturados. Abordou 300 empresas da indústria brasileira do audiovisual, sendo que 138 delas localizadas no estado do Rio de Janeiro. A margem de erro total da pesquisa foi de 5,2 pontos percentuais. Desta forma, foi possível traçar um cenário nacional e um cenário do Rio de Janeiro.

Foram entrevistadas empresas das Atividades de Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão (CNAE 59.111) e Atividades de Pós-Produção Cinematográfica, de Vídeos e de Programas de Televisão (CNAE 59.120), entre os dias 27 de julho e 18 de agosto de 2023.

Entre os principais objetivos da pesquisa estão:

- Apontar o perfil das empresas contratantes do setor;
- Identificar as dificuldades das empresas em localizar profissionais qualificados, e o impacto que isto gera no cenário atual do setor e dos próximos 3 anos;
- Apontar as ocupações que representam os maiores desafios para formação e contratação pelas empresas atualmente, e nos próximos 3 anos, e também quais são as necessidades de qualificação profissional.

## 2. Perfil das empresas

A maioria das empresas que participaram da pesquisa (86,7%) pertence à atividade de produção (CNAE 59.111) (Figura 1), e quase a sua totalidade, 91,0%, são microempresas (Figura 2), espelhando a realidade do universo do setor de audiovisual. Importante destacar que para esse levantamento não foram entrevistados microempreendedores individuais (MEIs) uma vez que o foco da pesquisa é entender as dificuldades de contratação de profissionais.

FIGURA 1  
**Atividades das empresas participantes da pesquisa**

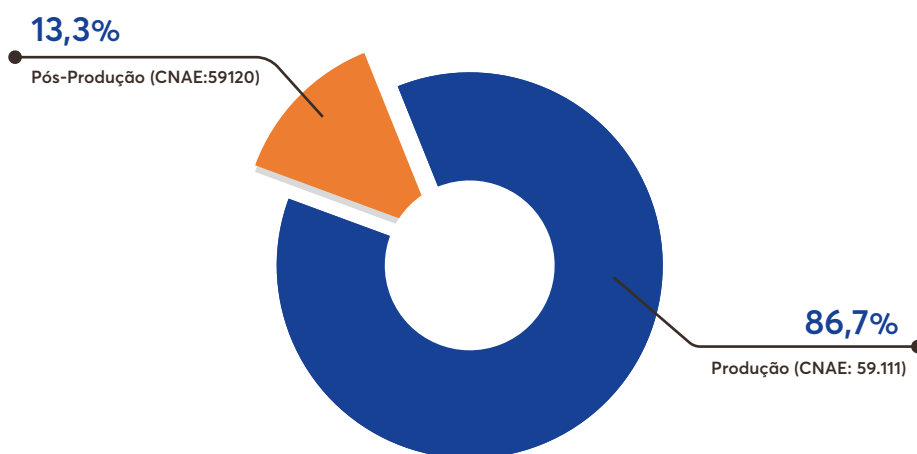
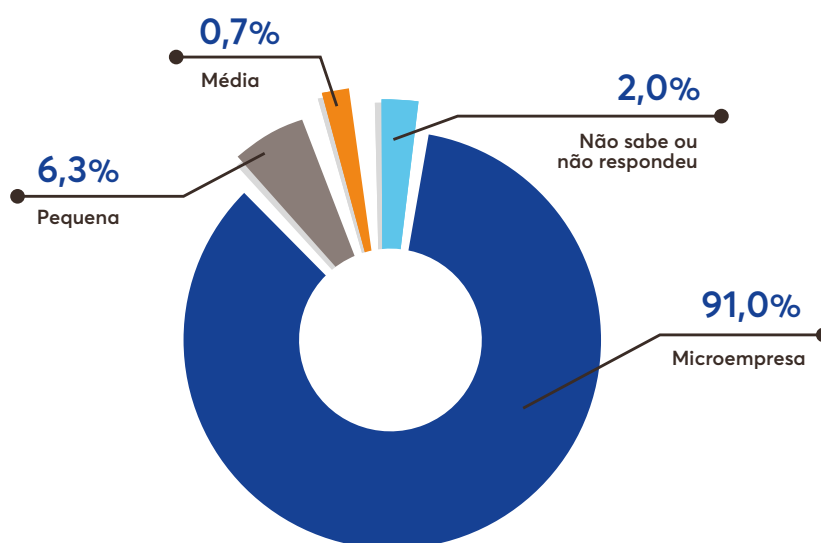
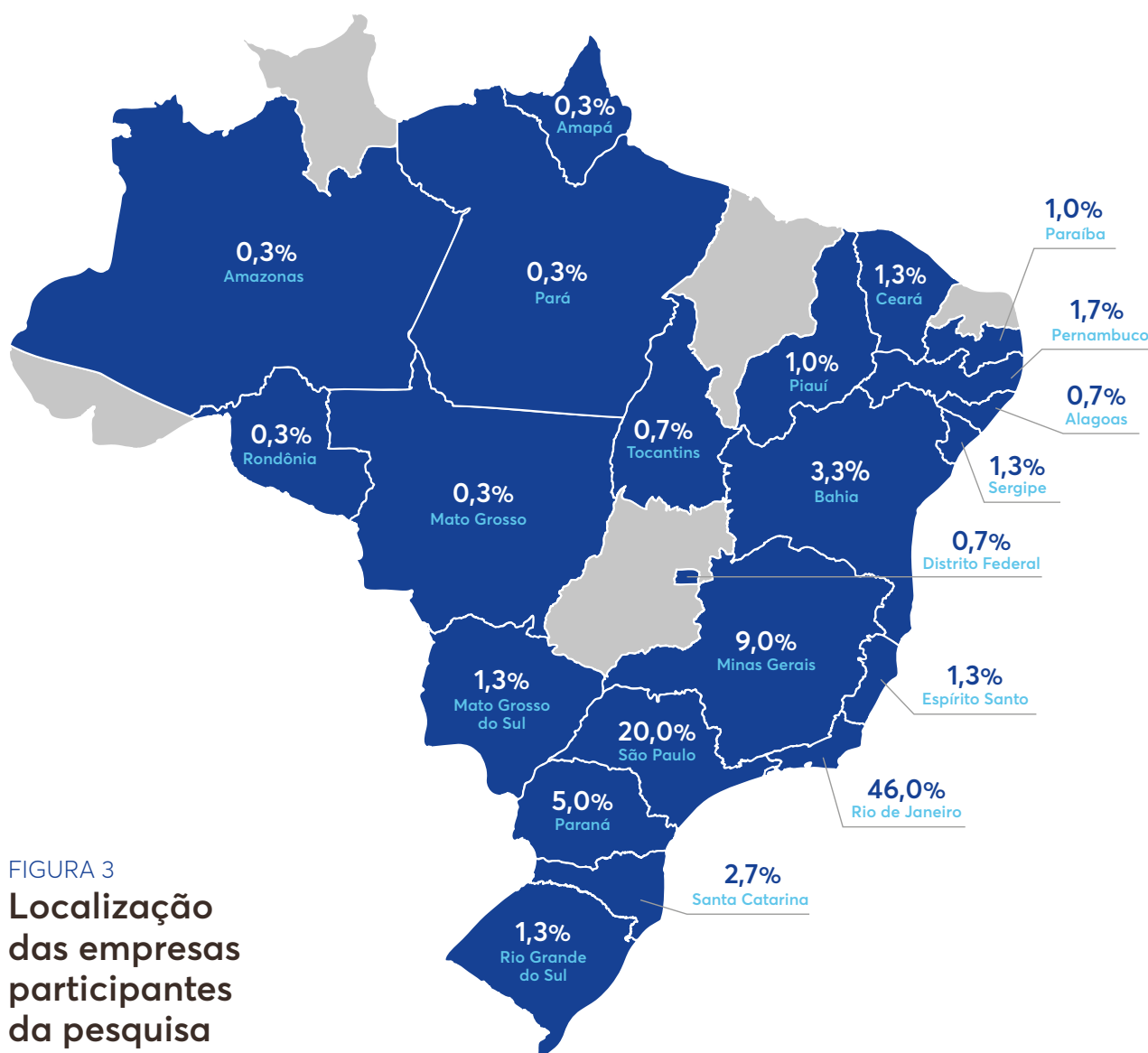


FIGURA 2  
**Porte das empresas participantes da pesquisa**





A distribuição geográfica das empresas, apresentada na Figura 3, tem maior concentração intencionalmente no estado do Rio de Janeiro, com 46,0%, para que os resultados possam ser lidos também especificamente para este estado. São Paulo (20,0%), Minas Gerais (9,0%), Paraná (5,0%) e Bahia (3,3%) se destacam dos demais estados, embora a amostra de empresas de produção esteja distribuída por todo o território nacional (Figura 4). Tal fato, não se observa nas empresas de pós-produção, que embora permaneça com maior concentração nos mesmos estados, não tem a mesma uniformidade na ocupação territorial, conforme Figura 5.



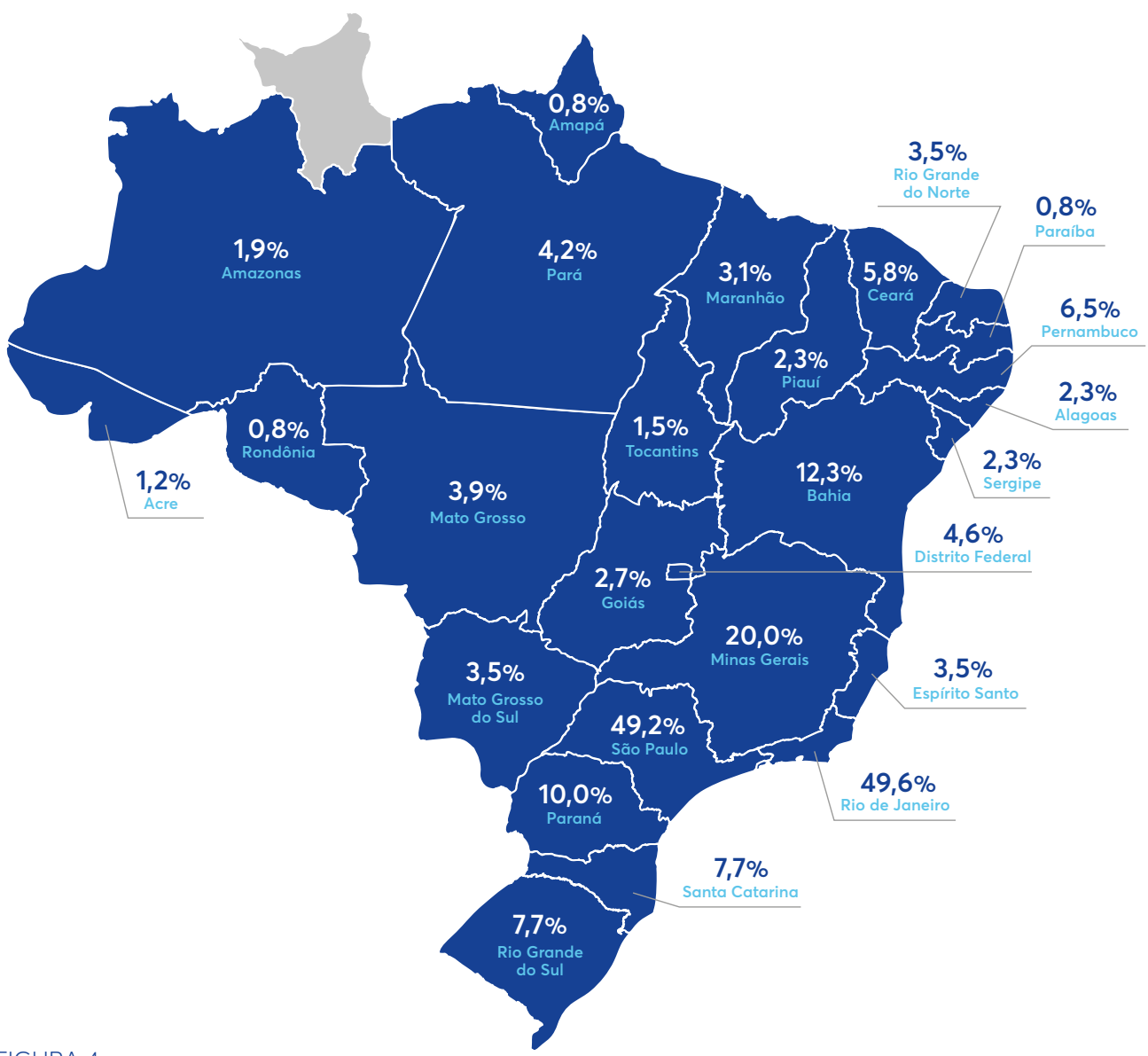
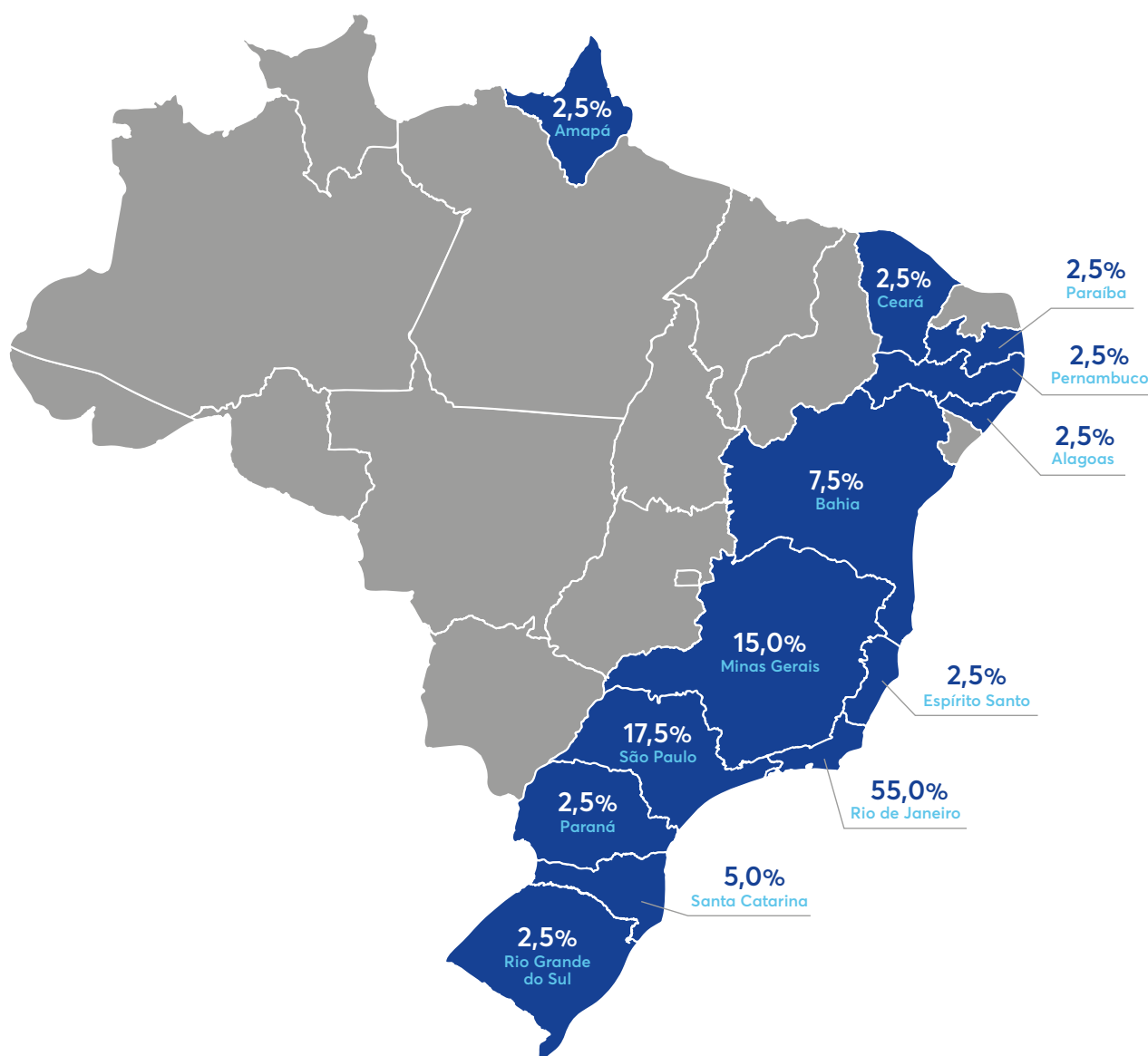


FIGURA 4  
**Localização das empresas de produção participantes da pesquisa**

FIGURA 5

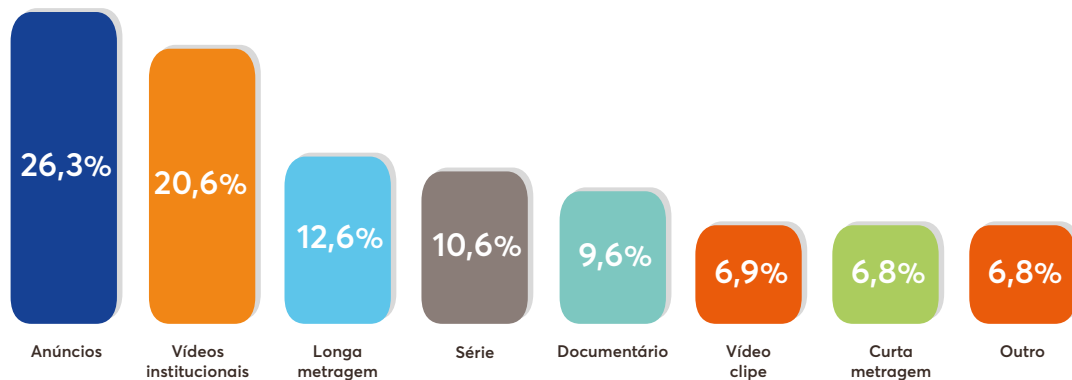
## Localização das empresas de pós-produção participantes da pesquisa



A maior parte das empresas (77,3%) atua exclusivamente com audiovisual e com perfil de produção variado, pois 26,3% das últimas produções citadas foram anúncios, e a segunda produção mais realizada foram vídeos institucionais, com 20,6%, conforme Figura 6. Entre as empresas que alegaram ter, entre suas produções recentes, anúncios ou vídeos institucionais, metade delas mencionam esses tipos nas últimas 3 produções, o que indica uma certa especialização de parte das empresas.

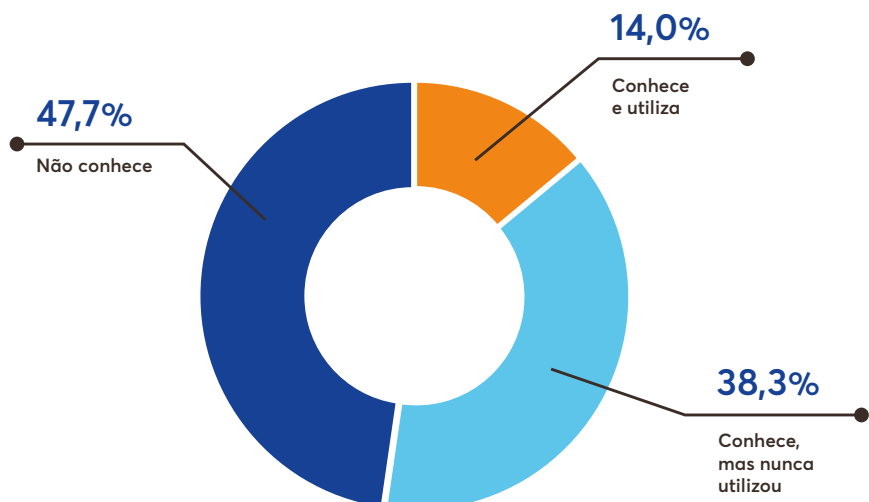
Quando exercem outra atividade econômica (além do audiovisual), que é o caso de 22,7% das empresas, as atividades mais mencionadas são publicidade (4,3%), produção de teatro (4,0%), eventos (3,7%) e produção cultural (3,7%).

**FIGURA 6**  
**Tipos de produções mais recentes**



A pesquisa também abordou o conhecimento e utilização das empresas em relação a "Film Commissions", que são organizações responsáveis por promover e facilitar a produção cinematográfica em uma determinada região, fornecendo suporte logístico e informações essenciais para os cineastas e equipes de produção, nacionais e internacionais. Foi identificado um grande espaço para ampliação da atuação, uma vez que 47,7% das empresas dizem não conhecer Film Commissions, como pode ser observado na Figura 7. As empresas de produção tendem a utilizar e conhecer mais do que as de pós-produção (15,8% vs. 2,5% de utilização, respectivamente).

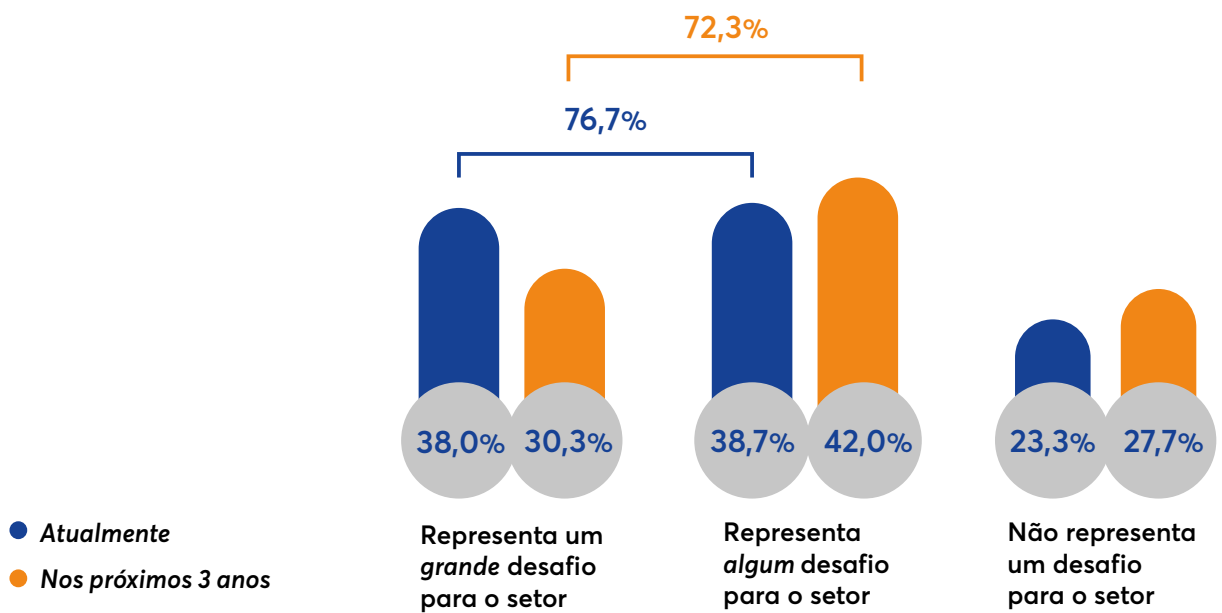
**FIGURA 7**  
**Conhecimento e Utilização de Film Commissions**



### 3. Profissionais de Audiovisual

Encontrar mão de obra qualificada é um desafio sentido por 3 em cada 4 empresas do setor audiovisual, como aponta o gráfico da Figura 8. E, para 72,3%, a expectativa é que esse desafio permaneça no setor nos próximos 3 anos.

FIGURA 8  
**Qualificação como desafio para o setor**

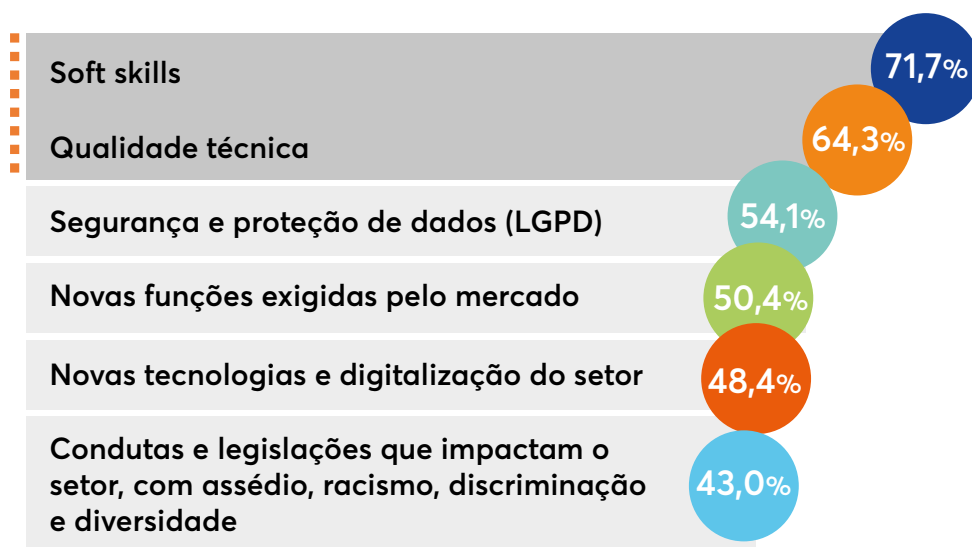


Foram estimulados possíveis desafios que as empresas enfrentam ou que possam vir a enfrentar, tanto comportamentais quanto técnicos, na contratação desses profissionais, e 10,7% das empresas que foram ouvidas declaram que já têm ou terão todas as dificuldades investigadas.

Embora os desafios apontados na Figura 9 se apresentem de forma bastante pulverizada, citações como "Faltam habilidades comportamentais e socioemocionais (*soft skills*) nos profissionais do mercado", com 71,1% das menções, e a "Falta de qualidade técnica nos profissionais disponíveis no mercado", com 64,3% de citações, têm destaque entre os principais desafios para contratação no setor.

FIGURA 9

## Principais desafios que as empresas já enfrentam ou irão enfrentar

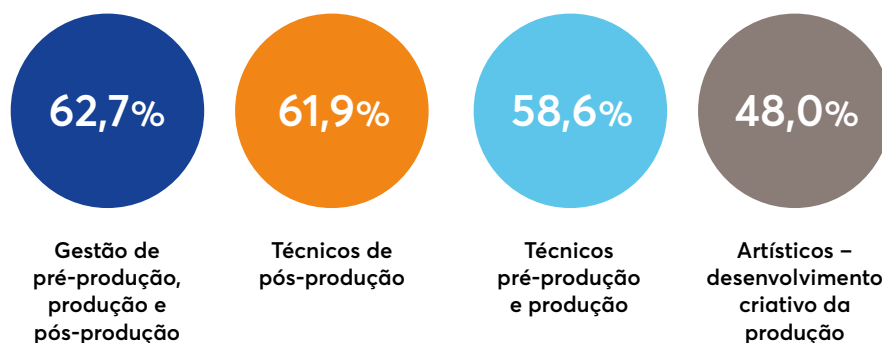


## 4. Profissões do Setor

Na Figura 10, observa-se que entre as empresas que acreditam que a mão de obra é ou será um desafio para o setor audiovisual, o gargalo de profissionais não se limita a um perfil específico: para os que veem a mão de obra como um desafio atual ou dos próximos 3 anos, mais da metade diz que já enfrenta ou enfrentará dificuldades para encontrar tanto profissionais de cargos de gestão como por técnico de pré, produção e pós produção. E ainda, em menor grau mas ainda bem relevante, cargos artísticos também são uma dificuldade para o setor.

FIGURA 10

**Profissionais cujas empresas têm dificuldade em encontrar no mercado**



Foram avaliadas na pesquisa, de maneira estimulada, 48 ocupações do setor audiovisual, distribuídas em 4 categorias, apresentadas a seguir na Figura 11:

FIGURA 11

**Categorias das ocupações estudadas**



**Pós-Produção, Imagem e Som**



**Figurino, Maquiagem, Cabelo, Arte e Objetos**



**Direção, Produção e Desenvolvimento**



**Elétrica e Maquinário**

Quando questionadas, uma em cada quatro empresas declara ter dificuldade para contratação de 20 ou mais ocupações. Ao considerar também a expectativa para os próximos três anos, o cenário fica ainda mais alarmante: quatro em cada dez empresas acredita que terá dificuldade em 20 ou mais ocupações.

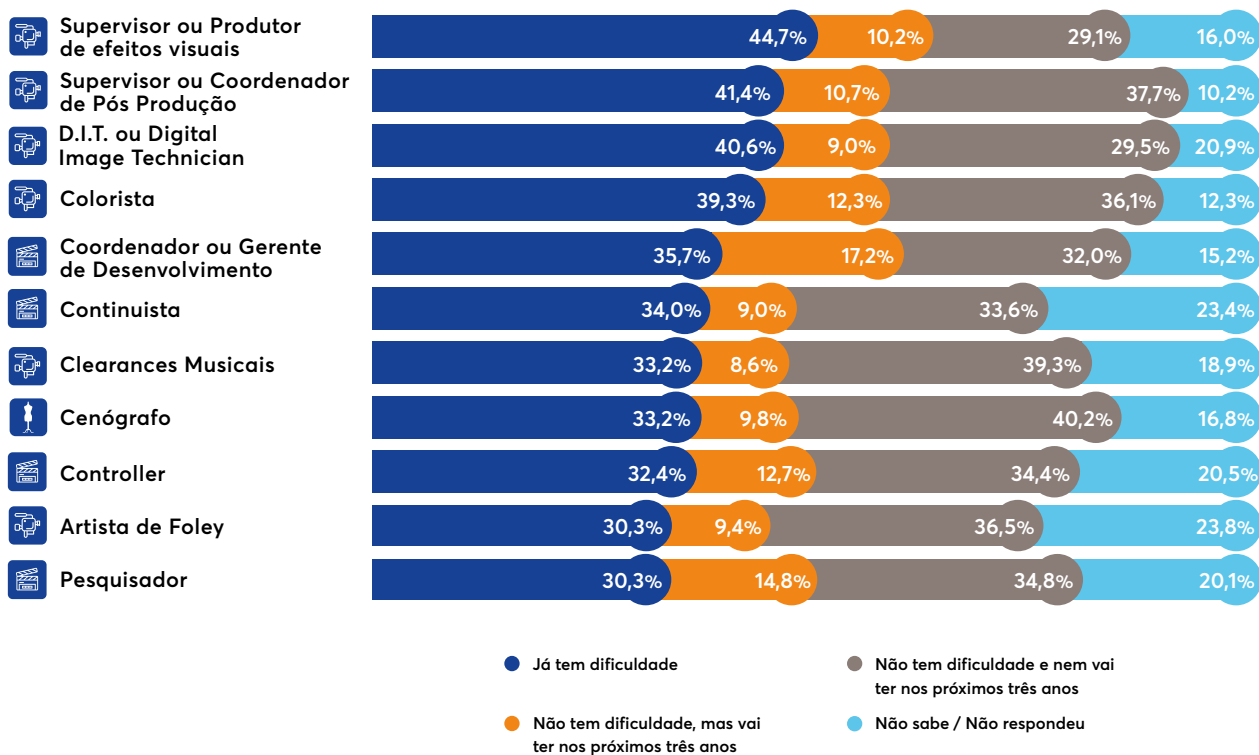
Considerando a carência dos profissionais do setor, a pesquisa estimulou as empresas sobre as mesmas 48 ocupações: se para este grupo a necessidade de desenvolvimento estaria atrelada a formação

de novos profissionais ou a uma requalificação dos atuais profissionais, para o desenvolvimento de novas competências técnicas. De maneira geral, as empresas apontam a formação de novos profissionais como a solução mais adequada para todas as ocupações.

A área de pós-produção parece ser um gargalo relevante para o setor, uma vez que das 11 ocupações em destaque na Figura 12, identificadas na pesquisa, seis pertencem à categoria de pós-produção.

FIGURA 12

## Nível de dificuldade de contratação para as ocupações mais mencionadas Top 11



A pesquisa abriu espaço para que as empresas que consideram ter dificuldade para contratar profissionais hoje ou nos próximos três anos, sugerissem habilidades ou competências específicas a serem desenvolvidas para as 48 ocupações estimuladas no decorrer do questionário, a maioria dos participantes não soube sugerir, mas entre os que sugeriram, destacam-se como capacitação e desenvolvimento:

- Ser mais qualificado, ter competência técnica;
- Desenvolver a Inteligência Emocional (responsabilidades, pressão, imprevistos);
- Liderança/proatividade;
- Desenvolver o conhecimento administrativo (ex: uso do Excel);
- Engenharia de Produção, Processos, passo a passo das etapas da função;
- Desenvolver o relacionamento com o cliente, compreensão da necessidade;
- Cursos de reciclagem.



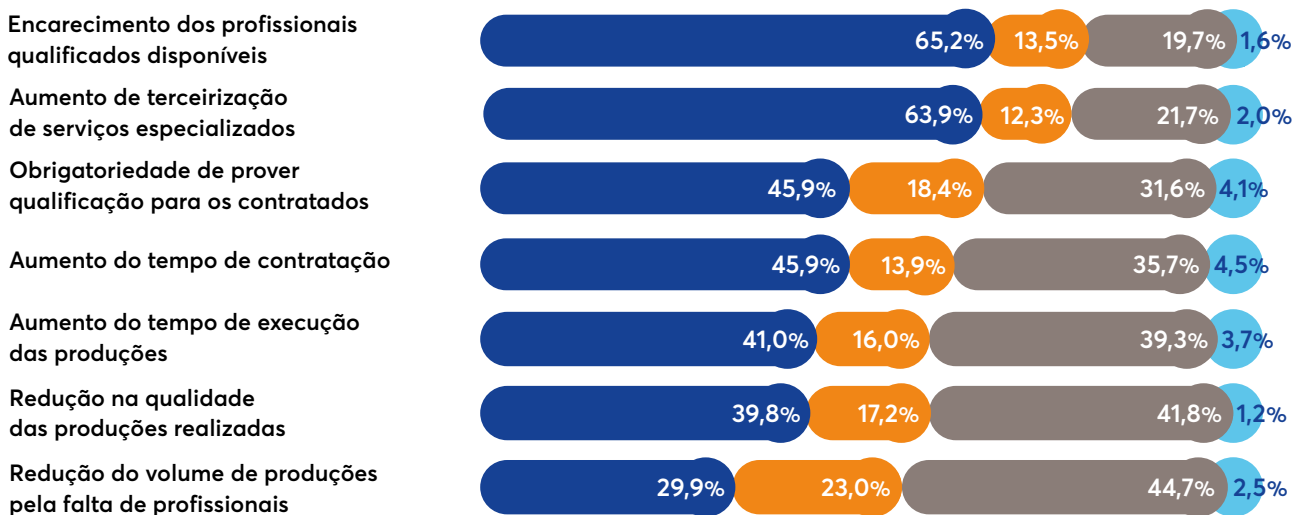


## 5. Impactos da carência da mão de obra

Em termos de carência de mão de obra, os principais impactos já sentidos ainda se mantêm no âmbito da empresa: encarecimento dos profissionais e terceirização de serviços (Figura 13). No entanto, há um montante significativo de empresas que já relata desdobramentos que impactam diretamente o público: 4 em cada 10 declaram redução na qualidade das produções e 3 em cada 10 já vivenciam diminuição do volume de produções pela falta de profissionais.

FIGURA 13

### Principais impactos oriundos da dificuldade em encontrar mão de obra qualificada



## 6. Cenário Fluminense

Ao se efetuar um recorte para o estado do Rio de Janeiro, observa-se um panorama muito parecido com o Brasil, no entanto, um pouco mais otimista. Entre as empresas fluminenses, 89,1% são de micro porte e 84,8% são empresas de produção (CNAE 59.111).

Quando questionadas se possuem alguma outra atividade profissional, além de audiovisual, 72,5% declaram exclusividade ao setor, e entre as que exercem outra atividade, produção de teatro (7,2%), produção cultural (5,1%) e eventos (4,3%) são as mais mencionadas.

Em relação às três últimas produções realizadas, as empresas localizadas no estado do Rio de Janeiro têm distribuição das produções mais homogênea do que quando analisadas para o Brasil. No Rio, as produções mais mencionadas continuam sendo Anúncios e Comerciais, com 17,9%; seguida pela produção de Vídeos Institucionais (15,7%); e Longa Metragem (15,5%). Séries e Documentários têm destaque positivo quando comparados ao cenário nacional, a opção de Séries passa de 10,6% (no Brasil) para 14,0% (no RJ) e Documentários de 9,6% (no Brasil) para 13,0% (no RJ).

No Rio, tanto o conhecimento quanto a utilização de Film Commissions são maiores, 42,0% e 17,4%. No cenário Brasil, as parcelas são de, respectivamente, 38,3% e 14,0%.

Na busca por profissionais qualificados, o desafio atual é ligeiramente inferior no Rio de Janeiro (71,0% vs 76,7%, no Brasil) e a expectativa para os próximos anos também é levemente mais otimista (65,9% acreditam que a mão de obra representará desafio no Rio vs. 72,3% no cenário nacional).

As principais defasagens profissionais são as mesmas: *Soft Skills* (67,6%) e a Falta de qualidade técnica dos profissionais (61,0%), com a diferença na 3ª posição, onde no Ranking Brasil a preocupação era com segurança e proteção de dados (LGPD), com 54,1%,

enquanto no Rio assume a falta de preparo para atuar frente às novas tecnologias e digitalização do setor, com 51,4%.

As dificuldades para encontrar profissionais qualificados para cargos de gestão, técnicos e do meio artístico são menos sentidas entre as empresas fluminenses, mas ainda assim ultrapassam 40%. O tipo de cargo com maior dificuldade em qualificação é o de Gestão de pré-produção, produção e pós-produção, assim como no total nacional, que atingiu 59,0% no Rio, contra 62,7% no Brasil. Outro ponto a se observar é que a ordem de dificuldade se mantém nos dois cenários geográficos.

Assim como no cenário nacional, para o estado do Rio de Janeiro, as empresas apontam que ocupações relacionadas à pós-produção seguem no Top 11 dos maiores desafios do setor. E, quando questionadas sobre os impactos já sentidos pela carência dessa mão de obra, as principais dores também se mantêm no âmbito da empresa: encarecimento dos profissionais e terceirização de serviços, como no Brasil. No entanto, para o Rio é mais intenso o impacto da obrigatoriedade de prover qualificação para os contratados (50,5% vs 45,9% no Brasil) e a redução na qualidade das produções realizadas (44,8% vs. 39,8%), que no estado representa o 5º maior impacto contra a 6ª posição no Brasil.

---

### *Nota metodológica:*

*Para apresentação dos resultados do RJ a comparação foi feita com dados de Brasil sem Rio de Janeiro. Nesses casos, os percentuais de Brasil sem RJ não foram apresentados, mas todas as diferenças destacadas superam a margem de erro.*

## 7. Considerações Finais

A pesquisa é um importante instrumento, não só para identificar quais as ocupações e áreas que precisam de maior atenção para formação profissional, mas também serve de norteador de prioridades para incentivo e desenvolvimento de políticas públicas, tendo em vista o fortalecimento da indústria audiovisual, o incentivo à formação profissional e impulsionamento a inovação no setor.

As produtoras e pós produtoras foram as empresas que participaram da pesquisa, por serem empresas empregadoras e, quando estão em atividade, mobilizam grandes volumes de profissionais. Ainda assim, não se descarta a importância do MEI, que, no limite, é o próprio profissional de quem a pesquisa está tratando e de suas carências de formação e especialização.

A velocidade das mudanças técnicas e tecnológicas, os novos mercados, as novas formas de relações trabalhistas (como o MEI) e a legislação acentuaram sobremaneira a importância das *soft skills* frente à própria capacidade técnica. Empatia, negociação, comunicação foram citadas diversas vezes pelos entrevistados, assim como conhecimento de legislação LGPD e temas como diversidade e inclusão.

Existe uma necessidade latente do setor em encontrar mão de obra qualificada especializada, e isso é generalizado para Brasil e, ainda que menos intenso, é também bastante acentuado no Rio de Janeiro. Em especial, num horizonte de médio e longo prazo onde as empresas nacionais precisam se mostrar competitivas com produções de outros países, pois essas carências já se apontam no presente. Neste ínterim, essa escassez muitas vezes se apresenta na voz das empresas como ausência



de alguns conhecimentos e habilidades específicos em ocupações já existentes e, em outras vezes, na ausência do profissional propriamente e na quantidade de trabalhadores. Este cenário abre espaço para atuação do SENAI tanto na formação profissional integral, como na requalificação e especialização de profissionais que já estão atuando nesse mercado.

Em suma, a pesquisa não apenas lança luz sobre as necessidades imediatas da indústria audiovisual, mas também desempenha um papel crucial na



orientação de ações e políticas públicas. A identificação de carências de formação, a valorização das *soft skills* diante das rápidas transformações do setor e a compreensão das demandas por profissionais especializados são peças fundamentais para o fortalecimento contínuo do setor. Ao reconhecer a importância tanto das empresas produtoras e pós produtoras, a pesquisa abraça uma visão holística, buscando as empresas empregadoras, para chegar às necessidades que serão exigidas aos próprios profissionais que moldam a face dinâmica da

indústria audiovisual. Com a perspectiva de um horizonte competitivo e desafiador, o papel do SENAI é destacado como crucial, atuando não apenas na formação integral, mas também na requalificação e especialização, preparando profissionais para enfrentar as complexidades do cenário atual e futuro do setor audiovisual no Brasil e, em particular, no Rio de Janeiro.

