



Artigo – Dossiê

O Audiovisual Brasileiro e as Políticas Públicas

**O trabalho no audiovisual brasileiro:
precarização e plataformização**

**Trabajo en el audiovisual brasileño:
precariedad y plataformización**

**Work in Brazilian audiovisual:
precariousness and platformization**

Leonardo de Souza Moura¹

Escola Superior de Propaganda e Marketing, São Paulo, SP, Brasil
<https://orcid.org/0000-0002-5374-8229>

Resumo: Este artigo investiga as condições de trabalho na indústria de filmes e mídia no Brasil, com ênfase nos processos de precarização e plataformização. Embora a precariedade laboral seja um fenômeno generalizado no país, o setor apresenta dinâmicas próprias marcadas por instabilidade, informalidade e contratos por projeto. A partir de 2023, observa-se uma reorganização do mercado impulsionada pela retração estratégica das plataformas de *streaming*, o que acentuou as dificuldades enfrentadas pelos trabalhadores. A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, com entrevistas em profundidade realizadas com 25 profissionais de diferentes áreas e regiões do país. Os achados revelam práticas recorrentes de pejotização, assimetrias salariais, ausência de proteção sindical e sobrecarga de responsabilidades. Apesar disso, destaca-se o papel de redes informais de apoio e o vínculo afetivo com o fazer artístico, especialmente nos momentos de realização no *set*.

Palavras-chave: Precarização; Plataformização; Indústria de filmes e mídias; Trabalho criativo.

Resumen: Este artículo investiga las condiciones laborales en la industria cinematográfica y de medios de comunicación en Brasil, con énfasis en los procesos de precariedad y plataformización. Si bien la precariedad laboral es un fenómeno generalizado en el país, el sector presenta una dinámica propia, marcada por la inestabilidad, la informalidad y los contratos por proyecto. A partir de 2023, se observó una reorganización del mercado, impulsada por la retracción estratégica de las plataformas de *streaming*, lo que agravó las dificultades de los trabajadores. La investigación adoptó un enfoque cualitativo, con entrevistas en profundidad realizadas a 25 profesionales de diferentes áreas y regiones del país. Los hallazgos revelan prácticas recurrentes de precarización, asimetrías salariales, falta de protección sindical y una sobrecarga de responsabilidades. A pesar de ello, se destaca el papel de las redes informales de apoyo y el vínculo emocional con la creación artística, especialmente durante la producción en *set*.

Palabras clave: Precariedad; Plataformización; Industria cinematográfica y mediática; Trabajo creativo.

Abstract: This article investigates working conditions in the film and media industry in Brazil, with an emphasis on the processes of precariousness and platformization. Although job insecurity is a widespread phenomenon in the country, the sector presents its own dynamics, marked by instability, informality, and project-based contracts. Starting in 2023, a market reorganization was observed, driven by the strategic retraction of streaming platforms, which exacerbated the difficulties faced by workers. The research adopted a qualitative approach, with in-depth interviews conducted with 25 professionals from different areas and regions of the country. The findings reveal recurring practices of unstable work, wage asymmetries, lack of union protection, and an overload of responsibilities. Despite this, the role of informal support networks and the emotional bond with artistic creation, especially during on-set production, stands out.

Keywords: Precariousness; Platformization; Film and media industry; Creative work.

Introdução

Falar sobre as más condições de trabalho no Brasil no espaço acadêmico pode parecer um lugar-comum, dada a recorrência do tema em diferentes esferas profissionais. Ainda assim, é importante reconhecer que cada setor carrega especificidades que exigem atenção particular. As formas de precarização não se apresentam de maneira homogênea e podem escapar às generalizações de pesquisas quantitativas ou abordagens amplas. Este artigo propõe investigar o campo do trabalho no audiovisual, tradicionalmente marcado por relações laborais frágeis, descontinuidade contratual e instabilidade econômica. Nos últimos anos, esses elementos históricos de precariedade foram agravados por mudanças legislativas e por uma rearrumação do mercado, especialmente após 2023, quando as plataformas de *streaming*, que haviam se consolidado como grandes compradoras e mobilizadoras do setor (Moura, 2023), passaram a operar de forma mais racionalizada, seletiva e estratégica. Tal cenário intensificou as dinâmicas precárias de trabalho e a exigência de flexibilização dos profissionais da área.

O audiovisual, assim como a cultura do país, enquanto setor econômico, é historicamente marcado por instabilidade (Rubim, 2007), mudanças tecnológicas (Moura, 2023), mudanças de padrões de consumo (Moura; Moraes, 2020), além de eventos econômicos, políticos e culturais (Rubim, 2014). Isso se reflete no volume histórico de produções do setor, sistematizados pela Agência Nacional do Cinema (ANCINE) e nas práticas educacionais para atuação neste mercado – sobre estas, Normanha (2021) aponta o crescimento de escolas e alunos matriculados em instituições de ensino ligadas ao tema a partir da ascensão econômica do Brasil, cujo ápice, observa o autor, se dá no ano de 2010.



Os conceitos de precarização e plataformização utilizados para a condução de nossa entrevista são baseados em Antunes (2018), Grohmann (2020 e 2021), Custódio (2024) e Dyer-Witheford (2021). A partir da análise histórica do setor e das conceituações do trabalho na atualidade, embasadas nestes autores, elaborou-se o questionário que conduziu as entrevistas com 25 profissionais da área atuantes no Brasil. Os entrevistados relatam como essas transformações têm impactado suas experiências, expectativas e estratégias de sobrevivência no setor, cujo resultado apresentamos no decorrer deste artigo.

A trajetória do audiovisual no Brasil: do cinema ao *streaming*

O audiovisual no Brasil nasceu como experiência importada e urbana, acompanhando o processo de modernização do país no início do século XX. As primeiras salas de cinema, instaladas em capitais como Rio de Janeiro, São Paulo, Recife e Porto Alegre (Moreno, 1994), ofereciam filmes estrangeiros, especialmente franceses e estadunidenses, antes mesmo que o país estruturasse uma produção cinematográfica nacional. O cinema tornou-se forma de entretenimento popular e espelho social, mas desde o início sofreu por categorias inerentes à cultura no país que Rubim (2007, 2014) denomina “ausências, autoritarismos e instabilidades”. Do início do cinema nacional, no começo do século XX, alvo de duras críticas (Moreno, 1994), às iniciativas de fomento implementadas pelo Estado Novo, na década de 1930, como o Instituto Nacional de Cinema Educativo, e, posteriormente, à criação, durante a ditadura militar (1964-1985), de estruturas como a Embrafilme e o Concine (Ortiz, 1994), consolidaram-se mecanismos para organizar e sustentar um setor estruturalmente dependente de incentivos públicos.

A experiência mais abrangente do audiovisual no Brasil se deu a partir da televisão, que teve ampla entrada nos lares brasileiros a partir da década de 1950 (Rodrigues, 2025). A TV, mais do que as salas de exibição, tornou-se o propulsor das audiências, da cultura que o setor imprimia à sociedade e do desejo por narrativas. Embora o mercado exibidor brasileiro tenha vivido momentos de estabilidade até os anos 1970, com forte presença das salas de rua, a partir das transformações urbanas e econômicas dos anos seguintes, esse modelo passou a perder sustentação, abrindo caminho para um novo equilíbrio entre cinema, televisão e, mais recentemente, plataformas digitais. O mercado televisivo cresceu em volume e relevância significativa a ponto de tornar a TV e, a partir da década de 1970, a TV Globo, o sinônimo de cultura,



lazer e publicidade no país (Moura, 2023; Rodrigues, 2025). Esta hegemonia só se desfez com a chegada das plataformas de *streaming* na segunda década do século XXI, desafiando os rentáveis negócios de TV aberta e TV Por Assinatura, com a proposta de estes serviços digitais estarem mais aderentes aos desejos e hábitos de um novo consumidor que se constituía (Moura, 2023).

Nos anos hegemônicos da TV, a criação da ANCINE, em 2001, e do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), em 2006, representou um esforço de estabilidade regulatória que encontrou seu ápice com o que ficou conhecido como a Lei da TV Paga (Lei 12.485/2011), garantindo espaço para a produção nacional nas grades de canais por assinatura. Nesse período, viveu-se uma breve expansão de produção, com crescimento da indústria (Gráfico 1).

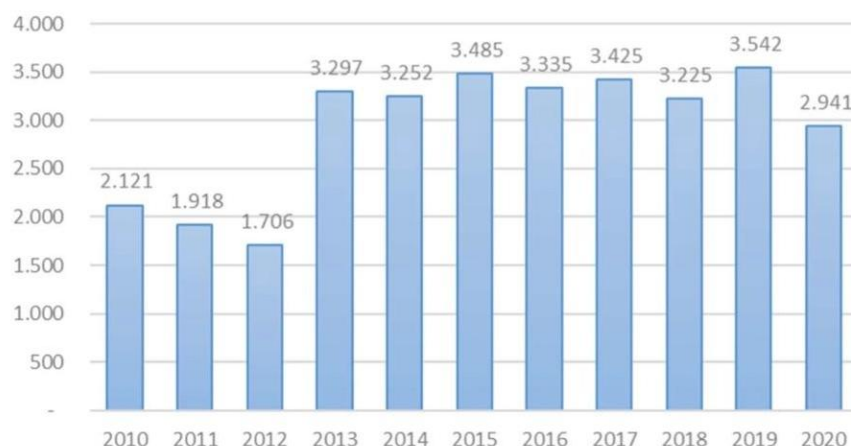


Gráfico 1 – Evolução da quantidade de obras brasileiras registradas na ANCINE.
Fonte: ANCINE, 2021.

Ainda que a TV por Assinatura se mantivesse resiliente, lucrativa e com uma política que distribuía melhor suas receitas para as produtoras por conta da Lei da TV Paga, a década de 2010 inaugurou uma nova era com a chegada das plataformas de *streaming* ao mercado brasileiro. A *Netflix* remodelava completamente a lógica de distribuição e consumo audiovisual nos lares, impondo ao mercado uma transformação que os concorrentes introduziram timidamente mas que teve seu auge tardio, com ofertas de conteúdo exclusivo e a preços competitivos para o consumidor, a partir de 2021, conhecido como o auge do *streaming* (Moura, 2023). Entre os concorrentes tardios, estavam, por exemplo, *Globoplay*, *Amazon Prime Video*, *HBO Max*, *Disney+*,

Paramount+ e Apple TV+.

Com o declínio da TV por Assinatura (Gráfico 2) e ajustes sobre o mercado de *streaming* (Toledo, 2025), há uma retração de investimentos e, conseqüentemente, uma nova estagnação. O resultado é que profissionais da área, historicamente expostos à informalidade e à dependência de projetos pontuais, enfrentam novamente a precarização de suas condições de trabalho. O audiovisual brasileiro, que sempre oscilou entre o sonho do progresso e a realidade da instabilidade, retorna ao desafio de sobreviver em um cenário de incerteza (Sousa, 2022).

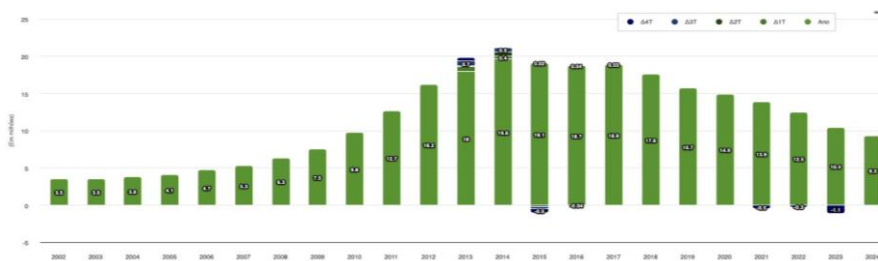


Gráfico 2 – Evolução no número de assinantes da TV por Assinatura no Brasil (em milhões).
 Fonte: Associação Brasileira de TV por Assinatura (ABTA).

Especificamente sobre o cinema, o impacto da pandemia, que esvaziou as salas no mundo, no Brasil, foi somado aos anos de desmonte da cultura e da ANCINE pelo governo Bolsonaro (2019-2022). Este governo foi marcado por represamento de verba para editais da agência que financiam obras a partir do FSA, deixando as produtoras e profissionais da área em situação de maior vulnerabilidade e mais dependentes de um mercado comprador que, ainda que tivesse tido um impulso em 2021, não se sustentou nos anos seguintes, conforme veremos pela declaração dos respondentes. É importante ainda considerar que o audiovisual é parte da cultura narrativa de um país e um povo, e não pode exatamente depender apenas de políticas mercadológicas. Afinal, “é com as séries e os filmes que o consumidor se entretém, principalmente na tela grande, e é a partir destes formatos que nos olhamos como sociedade” (Moura, 2023, p. 5). O audiovisual, portanto, não pode ser encarado apenas como produto, pois também é produtor de subjetividades e, logo, “de nossa cultura e sociedade”. (Moura, 2023, p. 7). Rodrigues (2025) reforça este ponto ao elucidar como a teledramaturgia não apenas consolidou um modelo industrial e estético de produção,

mas se tornou uma poderosa instituição cultural, capaz de interferir na forma como o Brasil se enxerga e se narra. O autor lembra que críticas de Esther Hamburger, em sua coluna na *Folha de S.Paulo*, e análises de Fernando Barros e Silva, publicadas na imprensa brasileira, incluindo a *Folha* e reportagens na *Veja*, evidenciam como o audiovisual televisivo, em especial as novelas, sempre mexeu com a identidade do brasileiro, espelhando valores, tensões e transformações sociais do país.

Precarização e plataformização: atravessamentos atuais no vácuo da lei

O Anuário Estatístico do Audiovisual (ANCINE, 2023) informa que em 2022 havia 86.227 empregos formais no setor audiovisual brasileiro. O número representa uma recuperação frente a 2021, quando havia 77.404 postos, embora ainda permaneça abaixo do pico pré-pandemia registrado em 2019, com 93.672 empregos. Por sua vez, os profissionais do setor não se encontram empregados numa indústria estável e movida por empresas de conteúdo e tecnologia, como são, por exemplo, emissoras de TV aberta, TV por Assinatura ou *streaming*. Ainda que estas empresas empreguem parte do setor em condições de trabalho alinhadas à Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), muitas delas incrementadas por benefícios financeiros relevantes na forma de bônus salariais atrelados a resultados, é importante considerar que a maior parte dos trabalhadores não está empregada formalmente. Uma referência para esta informação é o dado de empregados das emissoras de TV aberta no Brasil que, ainda que fossem totalmente alinhados a CLT, em 2022 estavam estimados em número próximo a 21 mil (Feltrin, 2022). É a representação concreta do que aponta Antunes (2018, p. 39): “um grupo cada vez mais minoritário estará no topo dos assalariados”.

Figaro entende que a Comunicação é um laboratório para a precarização do trabalho (Frente, 2025). O campo analisado nesta pesquisa materializa esta observação. A CLT, criada em 1943, sistematizou direitos como jornada de oito horas, férias remuneradas, registro em carteira e enquadramento sindical, integrando o trabalhador formal ao projeto de regulação centralizada das relações capital-trabalho. Desde então, passou por ajustes: o regime militar restringiu sindicatos, a Constituição de 1988 elevou direitos a nível constitucional e a Reforma Trabalhista de 2017¹ flexibilizou regras e introduziu o trabalho intermitente, oficializando o que era praxe no audiovisual. Hoje,

¹ Lei nº 13.467, de 13 de julho de 2017. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/l13467.htm. Acesso: 04 ago. 2025.

neste vácuo gerado pela flexibilização da lei e a cultura histórica do setor para trabalhos temporários, informais e “pejotizados” encontram novas pressões por trabalho informal, muitos deles intermediados por empresas que atuam como plataformas digitais, que colocam em questão como conciliar proteção social e trabalho (Grohmann, 2020; Custódio, 2023; Antunes, 2018).

A precarização é exatamente isto: por falta de proteção social e perspectiva de trabalho, há uma imprevisibilidade sobre o futuro que, eventualmente, os mais letrados sobre o tema ou conscientes sobre questões sociais associam a trabalhos plataformizados ou da *gig economy*, como motoristas de aplicativos, entregadores de delivery ou serviços de reparos:

o mundo do capital vem assistindo a uma forte ampliação de seus mecanismos de funcionamento, incorporando novas formas de geração de trabalho excedente (presentes nos trabalhos terceirizados ou pautados pela informalidade etc.), ao mesmo tempo que expulsa da produção um conjunto significativo de trabalhadores (incluindo jovens qualificados e ultraqualificados, muitos dos quais pós-graduados) que não encontram emprego em seus países (Antunes, 2018, p. 36).

O audiovisual, assim como outras áreas da Comunicação, como o Jornalismo (Grohmann, 2020), a assessoria de imprensa e a economia da influência, encontram-se, portanto, em perspectiva precária.

Em relação à plataformização – definida como “a penetração de extensões econômicas, governamentais e infraestruturais de plataformas digitais nos ecossistemas da Web e de aplicativos” (Nieborg; Poell, 2018, p. 4276, *apud* Grohmann, 2020, p. 112) – trata-se de compreender o fenômeno como “a dependência que trabalhadores e consumidores passam a ter das plataformas digitais – com suas lógicas algorítmicas, datificadas e financeirizadas – em meio à intensificação da flexibilização de relações e contratos de trabalho e ao imperativo de uma racionalidade empreendedora” (Grohmann, 2020, p. 113). No setor audiovisual, ainda não há uma preponderância desse modelo plataformizado, embora tenham já surgido iniciativas que não se consolidaram como forma predominante de acesso ao trabalho. A predominância, por ora, se dá pela precarização. E ela é histórica e reforçada de tempos em tempos.

Procedimentos metodológicos

O convite para a participação desta pesquisa se deu a partir de um vídeo gravado por este pesquisador, no qual apresentava o tema da pesquisa e a forma de participar, convidando os interessados a preencher um formulário. O vídeo ainda incluía esclarecimento inicial sobre consentimento nos termos que cada entrevistado assinaria para disponibilizar suas falas e declarações. O link para o vídeo e o formulário foi disponibilizado em grupos de *WhatsApp* de profissionais do audiovisual, como o da Associação Brasileira de Cinematografia (ABC), Associação Brasileira de Autores e Roteiristas (ABRA), grupo de roteiristas mulheres, grupo de mulheres no audiovisual, Sindicato dos Trabalhadores na Indústria Cinematográfica e do Audiovisual dos Estados de São Paulo, Rio Grande do Sul, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás, Tocantins e Distrito Federal, Assistentes de Direção e Continuístas Associados do Rio Grande do Sul, Associação de Diretores de São Paulo e Associação de Diretores do Rio de Janeiro, Diretores de Fotografia. Essa disponibilização foi feita pelo pesquisador e por profissionais do mercado audiovisual acionados para colaboração com a pesquisa.

Criado na ferramenta *Google Forms*, o formulário consistia em um mecanismo de geração de contato para a entrevista, contendo os seguintes campos a serem preenchidos pelos interessados: nome, cidade e estado de residência, idade, área de atuação, identificação com funções ou cargos, concordância em participar da entrevista (com ou sem identificação), e informações para contato como e-mail e telefone. Também incluía uma pergunta aberta sobre a experiência em projetos audiovisuais. O objetivo era, além de coletar dados iniciais dos participantes, identificar perfis com trajetória e envolvimento relevantes para aprofundamento posterior por meio de entrevistas individuais. A partir das respostas das 44 pessoas que tiveram interesse em participar da pesquisa, foi possível obter um perfil demográfico dos interessados. Há uma predominância de profissionais com idade entre 25 e 44 anos (50%) e 45 e 64 anos (40,9%), com apenas um profissional na faixa de 18 a 24 anos e três com mais de 65 anos. A maioria reside nos estados de São Paulo (com destaque para a capital e cidades próximas) e Rio de Janeiro, que juntos concentram mais da metade dos participantes. Os demais são oriundos do Rio Grande do Sul, Piauí, Pará e Pernambuco. No que diz respeito à área de atuação, predominam profissionais de produção, direção, roteiro e montagem, seguidos por especialistas em direção de fotografia, som e trilha sonora, publicidade e conteúdo de marca.

É pertinente considerar um ponto de reflexão sobre os procedimentos

metodológicos. A pesquisa teve em seu título, e no convite à participação, os termos “precarização” e “plataformização”. De certa forma, isso contribuiu com o intuito daqueles que se candidataram a participar, pois, como veremos nos resultados das entrevistas, consideravam necessário tratar do tema das condições de trabalho julgadas injustas, instáveis, incertas e abusivas nas funções produtivas do audiovisual no país. Há uma reflexão deste pesquisador se não se deveria ter deixado o tema mais aberto, limitando-se a convidar para uma pesquisa sobre “o trabalho no audiovisual”. No entanto, assume-se aqui a posição de que o objetivo era justamente falar das precárias condições de trabalho e do espaço sujeito à plataformização, entendendo a percepção dos profissionais do campo sobre estes temas. Logo, ainda que se pudesse interpretar a pesquisa como um viés ou reflexo do posicionamento sobre o tema por parte de quem pesquisa, isso não inviabiliza as respostas das 25 entrevistas em profundidade que foram feitas a partir dos 44 cadastros. Assume-se uma posição, portanto, situada.

É importante destacar que cerca de 90% das pessoas que se candidataram para participar da pesquisa optaram por manter o anonimato. A justificativa mais recorrente foi o receio de retaliações, especialmente o temor de não serem mais chamados para trabalhos. Esse dado revela muito sobre a dinâmica relacional do trabalho no audiovisual: trata-se de um setor em que as relações interpessoais e redes informais pesam mais do que critérios institucionais de estabilidade ou desenvolvimento estrutural da indústria. Essa centralidade dos vínculos pode, por um lado, viabilizar oportunidades – profissionais são frequentemente contratados com base em indicações, em grupos de *WhatsApp* ou pela reputação construída em experiências anteriores, como alegam eles próprios. Por outro lado, essa lógica também opera de forma punitiva: basta a percepção de que alguém não correspondeu às expectativas do contratante, ainda que estas envolvam abusos ou condições não previamente acordadas, para que essa pessoa seja facilmente excluída de futuras oportunidades.

Precarização

O tema foi o principal motivador para a participação da maior parte dos entrevistados. Quase todos manifestaram a necessidade de falar sobre a precarização na área, ainda que o entendimento conceitual sobre o tema não fosse plenamente compartilhado entre todos. Em geral, os entrevistados associam a precarização ao que muitos já nomeiam como “uberização” das relações de trabalho. Nenhuma das

entrevistas revelou desconhecimento do tema, o que é compreensível, considerando o apelo que a pesquisa teve junto àqueles que se interessaram em participar.

É fundamental destacar que praticamente todos os entrevistados afirmam que as relações de trabalho no audiovisual sempre foram, de alguma forma, precarizadas – com contratos mal regulados, falta de clareza sobre os termos do trabalho, e uma imprevisibilidade constante que obriga os profissionais a jornadas muito além do que seria saudável ou razoável, ainda que, em alguns casos, haja negociação de horas extras. Alegam que é comum, no audiovisual, diárias superiores a 10 horas, chegando a 14 ou 16 horas em alguns relatos, sem necessariamente haver pagamento proporcional. As imprevisibilidades são apontadas como parte da rotina das gravações e não há consenso sobre como lidar com elas.

A ausência de alinhamento entre os profissionais é marcante. Como relata um entrevistado, “a imprevisibilidade é parte do jogo. Você aceita porque ama fazer, mas na prática significa virar noites, trabalhar no frio, no sol, e nunca saber se o pagamento vai compensar”. A percepção da imprevisibilidade e das relações de trabalho precárias – e, por vezes, perversas – atravessa tanto produtores executivos (o cargo mais elevado entre os respondentes) quanto profissionais técnicos. Destacam que motoristas, banqueteiros, equipes de limpeza e outros trabalhadores periféricos ao audiovisual se encontram em situação ainda mais frágil, pois iniciam e encerram sua jornada antes e depois do restante da equipe. Esses profissionais não participaram diretamente da pesquisa, mas foram citados como os mais vulneráveis em função da ausência de regras claras.

Os entrevistados observam que, em empresas com estruturas formais de contratação – como emissoras de televisão (especialmente a *Globo*, citada com frequência) ou plataformas de *streaming* (como *Netflix* ou *Prime Video*) –, as condições de trabalho tendem a ser mais regulares. Muitos participaram de trabalhos diretamente contratados por estas empresas que, ainda que fossem temporários, respeitavam a CLT. De todo o modo, há uma percepção de retração no mercado de contratação formal e mesmo informal. Este mercado, observam, está historicamente representado pela televisão, e não pelo cinema. Entrevistados apontam o auge da produção e das contratações, ainda que como terceirizados e PJ's, na década de 2010, por conta da lei da TV paga e, na sequência, em 2021, pelo *streaming*, cujo pico de contratações tenha se encerrado, apontam, em 2023.

Entende-se que o modelo de financiamento privado depende de lógica de oferta e demanda de mercado que, num momento em que a demanda retraída, os

fragiliza ainda mais. Com exceção de oito entrevistados, todos os demais afirmam não estar trabalhando rotineiramente, revelando um cenário de estagnação e imprevisibilidade que nem mesmo os editais públicos conseguem contornar, ainda que estes tenham voltado a ser liberados após o fim do governo Jair Bolsonaro em 2022. Os editais são considerados pela maioria como essenciais para movimentar o emprego e o trabalho no audiovisual, principalmente no que se refere ao cinema, mas há críticas recorrentes à sua concentração no eixo RJ-SP e à desorganização sistematicamente citada em outras regiões do país: “a gente vive esperando o edital abrir e, quando abre, é correria e angústia... Não dá para planejar a vida assim”. Há ainda uma sensação melancólica por depender exclusivamente desse tipo de recurso para viabilizar o trabalho, como observa um dos entrevistados: “os editais são a única chance, mas essa dependência é triste, pois, parece que, sem eles, o audiovisual não existe”.

Há o entendimento de que o mercado não consegue, por si só, absorver todos os profissionais, sendo necessário algum tipo de financiamento estável, para além das compras feitas por TVs, *streamers* e o circuito de salas de cinema. Vale destacar que metade dos entrevistados acredita que o audiovisual vive um processo de retomada, citando com entusiasmo os reconhecimentos recebidos por: *Ainda estou aqui* (Walter Salles, 2024), pelo Oscar em 2025; e *O agente secreto* (Kleber Mendonça Filho, 2025), pelo reconhecimento em Cannes no mesmo ano. Ainda assim, não há consenso: muitos apontam que, mesmo com os prêmios, o mercado permanece retraído.

Salienta-se que as reformas trabalhistas promovidas em 2017, durante o governo Michel Temer, são percebidas como imposições adicionais sobre os trabalhadores do audiovisual. Em diferentes funções, os entrevistados relatam que muitas empresas, produtoras e parceiros do setor exigem contratação via pessoa jurídica com dedicação exclusiva, o que consideram abusivo. Também relatam dificuldade de organização coletiva, já que, como PJ's, enfrentam obstáculos para se associarem a sindicatos ou coletivos: “como PJ, a gente perde força para se organizar. Não dá para se filiar a sindicato e nem sempre os coletivos conseguem dar conta”.

Um exemplo citado com frequência é o caso da associação entre os câmeras, considerados os profissionais mais bem organizados do setor, pois conseguiram estabelecer preços mínimos por hora de trabalho. No entanto, mesmo esse movimento também encontra resistência: há casos de contratantes que entraram com processos judiciais contra os profissionais, acusando-os de cartel, sem considerar que a necessidade de associação surgiu da própria lógica do mercado, que os obriga a trabalhar como CNPJ's. São raros os exemplos de contratos que preveem garantias e

benefícios mínimos, como pagamento em caso de cancelamento da produção, exceção feita ao caso citado por um roteirista. De maneira geral, os entrevistados consideram que esse tipo de proteção deveria ser padrão, mas está longe de ser a norma.

Outro aspecto constantemente associado à precarização é a exigência de que o profissional atue em várias frentes, mesmo tendo formação ou especialização em uma área específica. Roteiristas editam, diretores de fotografia montam filmes, sonoplastas assumem funções de assistência de direção, atores atuam como produtores de *set* ou executivos. Essa prática, embora adaptativa, é percebida como sintoma da falta de estrutura do setor e da fragilidade da formação profissional. Alguns entrevistados criticam as faculdades da área – especialmente os cursos de Comunicação e Cinema – por formarem profissionais pouco preparados para o mercado, com ênfase excessiva na teoria. Todos os entrevistados relataram trajetórias marcadas pelo aprendizado na prática. Como sintetizou um deles: “parece que as faculdades estão formando estudantes para serem professores, e não para atuarem no mercado.”

Plataformização

Embora o conceito de plataformização com base nos autores citados para esta pesquisa ainda não seja amplamente compreendido, práticas como a intermediação algorítmica e a informalidade digital já fazem parte da realidade dos profissionais do audiovisual. Ao serem perguntados sobre o que entendem por plataformização, muitos entrevistados associam o termo, inicialmente, às condições de trabalho promovidas pelas plataformas de *streaming*. Termos como “maior profissionalização” e “maior padronização” são frequentemente associados à entrada da *Netflix* e do *Prime Video* no Brasil.

Quando apresentado o conceito de plataformização utilizado nesta pesquisa, centrado na lógica algorítmica e na intermediação por plataformas digitais dos modos de trabalho, os entrevistados rapidamente associam à lógica intensa da lei de oferta e demanda. Apontam ainda que plataformização “é quando o trabalho vira produto de prateleira, o algoritmo decide quem vai trabalhar”. Alguns se perguntam, ainda que de maneira não conclusiva, se os agenciadores de profissionais também não seriam uma forma de plataformização. No entanto, vale destacar que o conceito de plataforma, tal como utilizado nesta investigação, diz respeito a estruturas que funcionam com base em uma lógica que tende a favorecer o contratante. Em um mercado saturado de mão de

obra, como o audiovisual brasileiro, esse modelo contribui para a redução dos preços pagos aos trabalhadores. Embora possa, em alguns casos, abrir oportunidades para que um profissional seja visto por contratantes fora de sua rede pessoal, de forma geral, promove um cenário de disputa por preço, em que quem oferece menos frequentemente é quem consegue o trabalho. E isso é rapidamente apontado pelos entrevistados, sobretudo diante do fato de muitos profissionais apresentarem-se ao mercado como *videomakers*, o que definem como uma espécie de “faz tudo” no audiovisual, algo bastante aderente às exigências de flexibilização do mercado atual.

Foram poucas as plataformas de audiovisual citadas nas entrevistas (Tabela 1). Ainda que descritas quanto à sua funcionalidade, essas ferramentas ainda são consideradas pelo campo pouco valorizadas ou exploradas como alternativa de mediação estruturada entre profissionais e contratantes.

Plataforma	Descrição
AUDIOVISUALWORLD.COM.BR	Diretório brasileiro para profissionais do audiovisual; conecta técnicos e empresas.
LensRental	Serviço de aluguel de equipamentos de foto e cinema nos EUA; atende freelancers e produtoras.
Elenco Digital	Plataforma brasileira de casting para atores e atrizes; vitrine para seleção em testes e projetos.
CineEquipamentos (https://www.cineequipamentos.com.br/)	Site brasileiro de venda e locação de equipamentos para cinema, vídeo e fotografia.
Fiverr	Marketplace internacional de microtrabalhos criativos; conecta freelancers e contratantes.
Genero.com	Marketplace internacional de trabalhos de conteúdo que conecta empresas contratantes a freelancers.
Glimmer.io	Plataforma de IA que gera roteiros de vídeo automaticamente com base em prompts textuais.

Tabela 1 - Plataformas acessadas por profissionais do audiovisual no Brasil.
Fonte: elaborada pelo autor.

Identidade, prazer e frustração

A construção da identidade profissional no audiovisual brasileiro é marcada por uma tensão constante entre o desejo de reconhecimento artístico e a realidade de um mercado instável. Muitos entrevistados relatam que o prazer em participar de projetos criativos, seja em *sets* de cinema, séries ou produções independentes, convive com a frustração gerada pelas condições precárias de trabalho: “a gente quer reconhecimento pelo trabalho artístico, mas vive num mercado que trata a gente como descartável”. Essa dualidade aparece na fala de técnicos e criadores que se orgulham de seu papel na construção de histórias e experiências sensoriais, mas reconhecem que o retorno financeiro e a valorização institucional raramente correspondem ao esforço e ao investimento pessoal. O prazer está no fazer, no coletivo do *set*, no impacto emocional da obra. A frustração surge do trabalho descontinuado, mal remunerado ou subvalorizado, corroendo lentamente a autoimagem de quem constrói sua vida profissional em torno da criação audiovisual.

Os depoimentos ainda revelam um sentimento difuso de ambiguidade: parte dos profissionais entrevistados se percebem ao mesmo tempo como algozes e vítimas deste funcionamento. De um lado, há a consciência de que aceitar trabalhos por valores inferiores ao justo, muitas vezes por necessidade ou oportunidade, contribui para o rebaixamento da categoria. De outro, existe a percepção de injustiça por estar inserido do lado do mercado que impõe pechinchas, negociações pesadas para profissionais qualificados e mesmo decidindo pela sua eventual substituição por quem cobra menos. A sensação de circularidade perversa é recorrente: para se manter ativo, o trabalhador acaba cedendo a condições que o prejudicam a longo prazo, alimentando uma engrenagem que o oprime. Essa lógica de autopunição silenciosa reforça a vulnerabilidade da classe e perpetua a fragilidade das relações de trabalho.

Trilhas da precarização

Este pesquisador considerou explorar cinco pontos específicos na relação com o trabalho no setor audiovisual durante a etapa final de cada entrevista: a idade (e a percepção eventual sobre etarismo), a clareza sobre a materialidade do trabalho por parte de cada profissional, a maneira como enxergam a necessidade de autopromoção de seu trabalho e sua carreira na área, o impacto das novas tecnologias e viabilidade de

incluir em suas vidas o planejamento financeiro. Um dos entrevistados chegou a sugerir o título desta seção como “trilhas da precarização” justamente porque esses elementos atravessam as experiências e contribuem para a sensação de vulnerabilidade e incerteza que caracteriza o setor.

As cinco trilhas exploradas na etapa final das entrevistas encontram fundamento nos autores analisados nos fichamentos desta pesquisa. A discussão sobre idade e a eventual percepção de etarismo no audiovisual pode ser relacionada a Antunes (2018), que aborda como a reorganização produtiva do capitalismo acentua vulnerabilidades específicas em determinados grupos etários, especialmente em contextos de precarização e instabilidade. A materialidade do trabalho se conecta às análises de Grohmann (2021), que destaca como a plataformização reconfigura processos e relações de produção, incidindo sobre as condições concretas do fazer profissional. A autopromoção e a necessidade de gerir a própria carreira dialogam com Boltanski e Chiapello (2009), que identificam no “novo espírito do capitalismo” a centralidade da rede de contatos, da reputação e da capacidade individual de se manter visível no mercado. O impacto das novas tecnologias também pode ser compreendido a partir de Grohmann (2021), que evidencia como as mediações digitais e lógicas algorítmicas alteram a organização e o controle do trabalho. Por fim, a viabilidade do planejamento financeiro aparece em Antunes (2018) como um desafio estrutural em atividades marcadas pela intermitência, pela ausência de direitos trabalhistas consolidados e pela fragilidade das proteções sociais.

Sobre a idade, muitos relataram a percepção de que o trabalho intenso e fisicamente exigente tende a se tornar inviável com o envelhecimento. O etarismo aparece tanto na dificuldade de permanência em funções técnicas quanto na falta de oportunidades para profissionais mais experientes, reforçando o sentimento de que o setor privilegia juventude, vigor e adaptação rápida a novos contextos. Os únicos que enxergam alguma vantagem, ainda que com reticências, são os roteiristas, que percebem o amadurecimento como um possível diferencial criativo. A materialidade do trabalho também é central: equipamentos próprios, cenários, figurinos e infraestrutura muitas vezes dependem do investimento do próprio profissional. Esse peso financeiro e logístico aumenta a precarização, pois transforma cada contratação em um risco, e o trabalhador não só oferece sua força de trabalho, mas também arca com a manutenção e atualização de seus instrumentos.

No eixo promoção pessoal, as falas indicam que a autopromoção constante tornou-se quase obrigatória. A resposta recorrente dos entrevistados foi: “sinto

necessidade de me divulgar, ainda que não o faça como eu gostaria”. O *Instagram* é a rede mais usada, pois o *LinkedIn* é percebido como corporativo e pouco representativo do tipo de trabalho desenvolvido nessa indústria. Essa exposição reforça a sensação de competir em uma vitrine permanente, onde a reputação substitui em parte a proteção de vínculos formais.

Quanto às novas tecnologias, este é o ponto em que há mais ambiguidade nas respostas. Equipamentos inovadores e ferramentas digitais são vistos como facilitadoras, mas também como ameaças, exigindo adaptação contínua, investimento e despertando o medo de substituição. A Inteligência Artificial foi a tecnologia mais citada, vista ao mesmo tempo como oportunidade e risco, refletindo a força da discussão em voga durante o trabalho de campo. Como observa um dos entrevistados, “se a tecnologia vem para facilitar o nosso trabalho, ótimo, mas se é para facilitar a vida da empresa e tirar trabalho da gente, aí já é outra história”.

Por fim, o planejamento financeiro surge como um ponto sensível. Muitos admitem que ele depende tanto do sujeito – ter educação e disciplina financeira – quanto das condições de mercado que permitam se preparar para períodos de inatividade. A vida *freelancer* impõe a necessidade de controle rigoroso do orçamento, com reservas para períodos de instabilidade, reforçando o estado de alerta permanente.

Tudo tem sombra e luz: entre os caminhos possíveis

Apesar do cenário adverso, os relatos indicam que o campo audiovisual ainda oferece frestas de luz entre tantas sombras – termo citado por um dos entrevistados –, pois há prazer na colaboração criativa, na construção de comunidades de prática e na conquista de pequenas autonomias, como investir em equipamentos próprios ou desenvolver projetos autorais. Muitos entrevistados reconhecem que a precarização é real, mas também veem oportunidades de reinvenção na diversidade de formatos e na ampliação do consumo pela regulação do *streaming* nos moldes do que foi feito com a TV por Assinatura em 2011 (Menezes, 2025). A metáfora da sombra e luz resume o espírito de resiliência: mesmo diante da instabilidade, há esperança em novos caminhos, sejam eles coletivos, como associações e sindicatos fortalecidos, ou individuais, como a aposta em projetos independentes e a busca por equilíbrio entre sobrevivência econômica e realização criativa.

Considerações finais

Esta pesquisa partiu do conceito de precarização do trabalho articulado à ideia de plataformização como processo que integra flexibilização, racionalidade neoliberal e datificação implícita. Adotou-se uma metodologia qualitativa, baseada em entrevistas em profundidade com profissionais do audiovisual brasileiro, com a análise de suas trajetórias e percepções sobre o trabalho atual e histórico na área. Listamos os achados desta pesquisa de forma resumida nos tópicos abaixo:

- A precarização no audiovisual brasileiro é percebida como estrutural e historicamente enraizada, atingindo especialmente funções técnicas e operacionais, com destaque para produção, som, arte e assistência de câmera;
- A “pejotização” é uma norma consolidada, imposta pela lógica de contratação por projeto, o que implica ausência de vínculos, instabilidade financeira e fragilidade em termos de direitos trabalhistas;
- A remuneração é marcada por assimetrias internas, com valores muito abaixo do ideal para funções técnicas e pouca possibilidade de negociação, especialmente para profissionais com menor rede de contatos ou reconhecimento de mercado;
- A posse de equipamentos próprios é comum entre *freelancers*, mas frequentemente não é remunerada à parte, configurando uma sobrecarga de custos para os trabalhadores;
- A lógica das plataformas digitais foi associada à intensificação da competição entre profissionais, mesmo sem mediação por plataformas formais, operando sob uma racionalidade algorítmica implícita baseada em visibilidade, contatos e autogestão da carreira;
- A recente reorganização do mercado, com a retração das compras por plataformas de *streaming* a partir de 2023, resultou em menor volume de produção, mais seletividade nos projetos e aumento da ociosidade profissional;
- Redes de apoio informais, como grupos de *WhatsApp* e coletivos, têm desempenhado papel relevante tanto na socialização de informações sobre valores e condições de trabalho quanto na resistência simbólica à precarização;
- A ausência de participação sindical ou associativa é generalizada, motivada por percepções de ineficiência das entidades representativas e pela sobrecarga individual de trabalho;



- Sentimentos como ansiedade, insegurança, desânimo e frustração são recorrentes no cotidiano profissional, embora também se mantenham traços de entusiasmo e apego ao fazer artístico;
- Há consciência crítica sobre as limitações das políticas públicas, especialmente em regiões fora do eixo Rio-São Paulo, com expectativas moderadas quanto à capacidade de transformação estrutural do setor no curto prazo;
- A plataformização e a cultura da autopromoção impõem aos profissionais a necessidade constante de visibilidade e marketing pessoal, ainda que muitos relatem dificuldades em se adaptar a essa lógica;
- Persiste a esperança de uma reorganização do setor que valorize a diversidade regional, promova melhores práticas de gestão e assegure condições mais justas e sustentáveis para quem trabalha com audiovisual no Brasil, sem perder de vista que, apesar das dificuldades, o *set* ainda é vivido por muitos como espaço de entrega, gratificação e prazer criativo.

Em síntese, esta pesquisa evidencia que a precarização no audiovisual brasileiro é uma realidade complexa e histórica, que mistura vulnerabilidade estrutural, sobrecarga individual e resiliência criativa. Ao revelar as nuances entre frustração e entusiasmo, o estudo reforça a importância de compreender o trabalho no setor não apenas como atividade econômica. Demonstra-se que a precarização no audiovisual brasileiro evidencia como a falta de regulação em um setor instável, produtivo e central para a cultura do país não pode ficar à mercê apenas das dinâmicas de mercado. A valorização do trabalho e a sustentabilidade do setor dependem de políticas públicas robustas e de esforços coletivos para proteger aqueles que, apesar de todas as incertezas, seguem produzindo a memória e a expressão artística do Brasil.

Referências

AINDA ESTOU AQUI. Direção: Walter Salles. Brasil, 2024. 137min., sonoro, colorido.

ANCINE - Agência Nacional do Cinema. **Panorama do setor audiovisual brasileiro para o conselho superior do cinema**. Rio de Janeiro: ANCINE, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/assuntos/noticias/ancine-apresenta-panorama-do-setor-audiovisual-brasileiro-para-o-conselho-superior-do-cinema/apresentaoCSCPanoramadoSetorAudiovisual.pdf>. Acesso em: 17 de out. 2024.

ANCINE - Agência Nacional do Cinema. **Anuário estatístico do cinema brasileiro**. Rio



de Janeiro: ANCINE, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/ancine/pt-br/oca/publicacoes/arquivos.pdf/anuario-estatistico-2023.pdf>. Acesso em: 30 jul. 2025.

ANTUNES, Ricardo. **O privilégio da servidão**: o novo proletariado de serviço na era digital. São Paulo: Boitempo, 2018.

ABTA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO POR ASSINATURA. **Dados do setor**. Disponível em: https://www.abta.org.br/dados_do_setor.asp. Acesso em: 30 jul. 2025.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2009.

BRASIL. Lei nº 13.467, de 13 de julho de 2017. Altera a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, e as Leis nº 6.019, de 3 de janeiro de 1974, 8.036, de 11 de maio de 1990, e 8.212, de 24 de julho de 1991, a fim de adequar a legislação às novas relações de trabalho. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 2017. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/l13467.htm. Acesso: 04 ago. 2025.

CUSTÓDIO, Túlio Augusto Samuel. **Ilusões perdidas**: a degradação, a deterioração do trabalho e o discurso empreendedorista em um estudo sobre trabalhadores criativos autônomos da indústria criativa no século XXI. 2023. Tese (Doutorado). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2023. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8132/tde-14062023-185407/>. Acesso em: 5 nov. 2024.

DYER-WITHEFORD, Nick. **Ciberproletariado**: trabalho global no vórtex digital. São Paulo: Funilaria, 2024.

FELTRIN, Ricardo. Saiba quantos funcionários têm as maiores TVs abertas. **Splash Uol**. [Reportagem]. 26 de abril de 2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/ooops/2022/04/26/saiba-quantos-funcionarios-tem-as-maiores-tvs-abertas.htm>. Acesso em: 30 jul. 2025.

FRENTE Nacional contra o tema 1389. **Pejotização irrestrita**: como a comunicação virou laboratório da precarização trabalhista no Brasil. s.l.: YouTube, 2025. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=\[ID_DO_VIDEO\]](https://www.youtube.com/watch?v=[ID_DO_VIDEO]). Acesso em: 8 jul. 2025.

GROHMANN, Rafael. **Plataformização do trabalho**: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal. Revista Eptic, v. 22, n. 1, p. 106–122, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/12188>. Acesso em: 4 de ago. 2025.

GROHMANN, Rafael; ARAÚJO, Willian. O chão de fábrica (brasileiro) da inteligência artificial: a produção de dados e o papel da comunicação entre trabalhadores de Appen e Lionbridge. **Palavra Chave**, v. 24, n. 3, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.5294/pacla.2021.24.3.8>. Acesso em: 26 dez. 2025.

MENEZES, Margareth. Lei do *Streaming*: soberania e equilíbrio para o audiovisual brasileiro. **MinC - Ministério da Cultura**. 11 de abril de 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/lei-do-streaming-soberania-e-equilibrio-para-o-audiovisual-brasileiro>. Acesso em: 30 jul. 2025.



MORAIS, Kátia Santos de. **Produção independente, mercados de televisão e a política de fomento ao audiovisual no Brasil**. 2019. Tese (Doutorado). Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019. Disponível em: <http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/28299>. Acesso em: 29 jul. 2025.

MORENO, Antônio. **Cinema brasileiro: história e relações com o Estado**. Niterói: EDUFF; Goiânia: CEGRAF/UFG, 1994.

MOURA, Leonardo de Souza; MORAES, Ana Luiza Coiro. Distribuição e identificação: fatores determinantes para o sucesso das séries norte-americanas no Brasil. **Tropos: Comunicação, Sociedade e Cultura**, v. 9, n. 1, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufac.br/index.php/tropos/article/view/3207>. Acesso em: 21 de out. 2025.

MOURA, Leonardo. **Como analisar filmes e séries na era do streaming**. São Paulo: Summus, 2023.

NETO, Julio Valerio. **Fundo Setorial do Audiovisual: a corporação audiovisual e o Estado no século XXI**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2019.

NORMANHA, Ricardo. As políticas de expansão do ensino superior no Brasil e a formação em cinema e audiovisual. **Dialogia**, n. 38, p. e19326, 2021. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/dialogia/article/view/19326>. Acesso em: 29 jul. 2025.

O AGENTE secreto. Direção: Kleber Mendonça Filho. Brasil, 2025. 161 min., sonoro, colorido.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

RODRIGUES, Ernesto. **A Globo**. v. 1: Hegemonia (1965-1984). São Paulo: Autêntica, 2024.

RODRIGUES, Ernesto. **A Globo**. v. 2: Concorrência (1985-1998). São Paulo: Autêntica, 2025.

RUBIM, Antônio Albino Canelas; BARBALHO, Alexandre (orgs.). **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2007.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. Políticas culturais do Governo Lula. *In*: BAPTISTA, Maria Manuel (org.). **Políticas públicas culturais**. Coimbra: Grácio, 2014.

SOUSA, Ana Paula. Como a ANCINE vem sobrevivendo ao governo Bolsonaro. **Carta Capital [Cultura]**, 03 de fevereiro de 2022. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/cultura/de-volta-para-o-futuro/>. Acesso em: 9 ago. 2025.

TOLEDO, Mariana. Comportamento “nômade” cresce e se torna novo desafio para plataformas de streaming. **Tela Viva**, 30 de abril de 2024. Disponível em: <https://telaviva.com.br/30/04/2024/comportamento-nomade-cresce-e-se-torna-novo-desafio-para-plataformas-de-streaming/>. Acesso em: 9 ago. 2025.



¹ Leonardo de Souza Moura

Realiza doutorado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM – São Paulo). Bolsista PROSUP/CAPES).

E-mail: leonardo.moura.77@acad.espm.br

Informações sobre o artigo

Resultado de projeto de pesquisa:

Resultado parcial de pesquisa de doutorado em desenvolvimento na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM – São Paulo).

Fontes de financiamento:

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES

Considerações éticas:

Não se aplica.

Declaração de conflitos de interesse:

Não se aplica.

Apresentação anterior:

Não se aplica.

Recebido em: 14/08/2025. Aceito em: 15/12/2025.