

Regulamentação da Film Commission e sua importância estratégica para o desenvolvimento do turismo nacional

Audiência Pública no Congresso Nacional
Christiano Lima Braga - Embratur

ENQUADRAR / CONSTRUÇÃO DE UMA POLÍTICA PÚBLICA DE DESENVOLVIMENTO

Externalidades / Transbordamento do Audiovisual para outros setores:

- Promoção da Imagem (destinos, país, regiões)
- Impactos no Turismo / potencial do Turismo de Tela
- Receitas econômicas, Emprego e Renda
- Fortalecimento de Territórios (infra estrutura, capital humano etc.)

Há quase dois anos a Embratur iniciou esse trabalho...



TURISMO DE TELA

- Evolução do turismo cinematográfico (set-jetting)
- Conceito ampliado: filmes, séries, novelas, reality shows, clipes, jogos digitais etc.
- Influência crescente do streaming e da produção seriada

PANORAMA GLOBAL DO TURISMO DE TELA

- Em 2023: cerca de US\$ 70 milhões (Statista)
- Estimativa de 80 milhões de turistas influenciados por conteúdos audiovisuais (Expedia)
- TOP 10 tendência pós pandemia

CASOS INTERNACIONAIS DE SUCESSO

- Nova Zelândia (Senhor dos Anéis): +40% turistas em 5 anos
- Irlanda (Star Wars): +17% visitantes desde 2015
- The White Lotus (Sicília e Havaí): +300% buscas por hotéis
- Emily in Paris: +155% voos para Paris (australianos)
- Taiwan e Índia: mais de 70% dos jovens influenciados por filmes e séries

The Guardian Int ▾

News **Opinion** **Sport** **Culture** **Lifestyle** ☰

World **Europe** US news Americas Asia Australia Middle East Africa Inequality Global development

Emily in Paris • This article is more than **10 months old**

Emmanuel Macron: We will fight hard to keep Emily in Paris in France

Hugely successful Netflix show has been a boon to French tourism but latest season takes events to Rome

Angelique Chrisafis in Paris
Wed 9 Oct 2024 18:34 BST

Share

Advertisement

Agora é a hora!



ENTERTAINMENT

Macron says he's 'super proud' of his wife's cameo in 'Emily in Paris'



NEWSLETTERS ANZ EDITION ▾

VARIETY AUSTRALIA

Film TV Music Radio Podcasts Biz Tech Theatre Comedy Awards W

HOME → FEATURES

Oct 10, 2024 9:57am

Emmanuel Macron Gives Rare Sit-Down Interview About France's Cultural Boom, the Dangers of AI, Taylor Swift's Power and Losing 'Emily in Paris' to Rome

By Elsa Keslassy

f t p w ...



IMPACTO ECONÔMICO NAS COMUNIDADES

- Aumento de até 50% na visitação em 5 anos pós-lançamento
- Geração de renda local: hospedagem, alimentação, transporte
- 38% dos investimentos em filmes migram para o turismo (SP Cine)
- Riscos: massificação, perda de autenticidade, desigualdade

AUDIOVISUAL COMO ATIVO NACIONAL

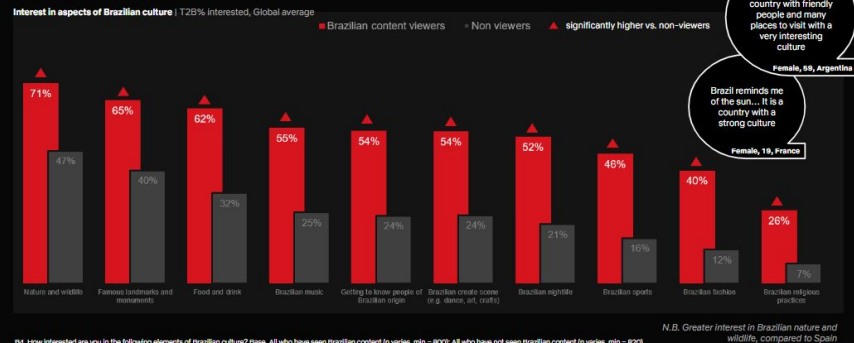
- 126.500 empregos gerados
- R\$ 24,5 bi no PIB + R\$ 3,4 bi em arrecadação (Oxford Economics)
- Setor com produtividade acima da média nacional
- 3,4 milhões de assinantes de VoD no Brasil
(previsão de US\$ 3,3 bi em 2025)

O BRASIL NAS TELAS DO MUNDO

- Reconhecimento internacional crescente (Oscar, Cannes, Berlim)
- Exemplo: casa do filme "Ainda Estou Aqui" virou ponto turístico no Rio
- Novelas como instrumento de promoção do Brasil e atração turística
- Wplace, jogo brasileiro criado em julho com 10 milhões de usuários em apenas um mês

PESQUISA NETFLIX

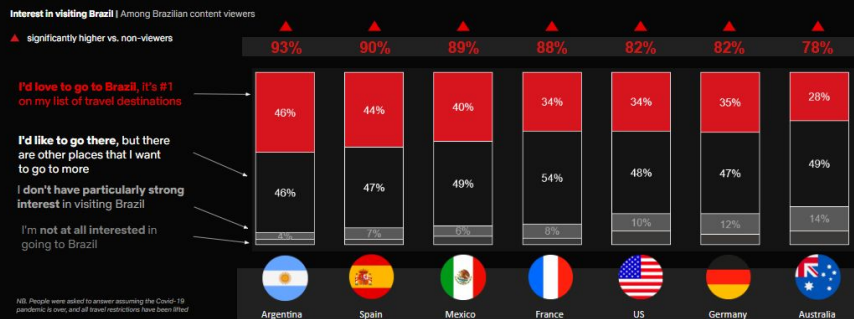
Brazilian content can boost interest in cultural elements — especially nature, landmarks, and cuisine...



B4. How interested are you in the following elements of Brazilian culture? Base: All who have seen Brazilian content (n varies, min = 800), All who have not seen Brazilian content (n varies, min = 800)

Globally, those that have watched Brazilian content are **3.5x more likely to say it's their #1 travel destination.**

Exposure to Brazilian content has significant potential to boost tourism



A6. Which of the following statements best describes how you feel about visiting Brazil in the future? Base: All who have seen Brazilian content (n varies, min = 800), All who have not seen Brazilian content (n varies, min = 800)

This finding is supported by direct questioning. When asked whether watching content had made them more or less interested in visiting Brazil, on average 52% say it made them a little / lot more interested in visiting.



Participação no GT Interministerial para criação de Film Commission Federal

- Objetivo: Desenvolver / modelar a primeira FC federal no Brasil com o objetivo de transformar o Brasil em um país competitivo e amigável para atração de produções internacionais.
- Público-alvo: produtores audiovisuais e trade turístico
- Parcerias estratégicas: o GT é formado pelo MDIC, MTUR, Apex-Brasil, MinC, Embratur, ANCINE e MRE.
- Resultados esperados ou já alcançados: entrega em setembro de proposta com recomendações para a criação da FC Federal junto com estudo de incentivos possíveis para a atração de filmagens.

Recomendações

- Turismo de tela uma oportunidade para o Brasil
- Papel estratégico e articulador de diversos órgãos e stakeholders para dar conta desse desafio
- Buscar sensibilizar setor audiovisual e trade turístico acerca das complementaridades e benefícios positivos dessa associação através de projetos específicos
- Associar a Política às recomendações do GTI
- A urgência de se pensar mecanismos financeiros e incentivos para tornar o Brasil competitivo na atração de produções internacionais e de circulação de produções nos territórios

Obrigado



 **Embratur**

MINISTÉRIO DO
TURISMO



Christiano Braga
christiano.braga@embratur.com.br

Parceria

NETFLIX

Parceria para **potencializar a promoção** do turismo por meio das **produções audiovisuais** brasileiras.

A parceria também prevê o lançamento de um guia de viagem que reunirá roteiros e experiências turísticas baseadas em títulos de destaque da Netflix



Parceria com streaming Netflix

- Objetivo: Anunciada durante o Rio2C em 30 de maio de 2025, tem como objetivo alavancar o turismo no Brasil por meio do poder das produções audiovisuais. A parceria inspira-se em ações já bem-sucedidas da Netflix em países como França e Espanha, onde séries geraram roteiros turísticos espontâneos (como tours de locais e atrações locais).
- Público-alvo: público assinante da Netflix
- Resultados esperados ou já alcançados: Lançamento da campanha que associa destinos turísticos do Brasil a produções brasileiras populares na Netflix, como: “Cidade Invisível” — gravada na Floresta Amazônica; “Casamento às Cegas” Brasil — com temporadas filmadas em locais como Amparo (SP) e Bom Jardim da Serra (SC) (ou Trancoso (BA) em algumas versões); “Sintonia” — que retrata paisagens urbanas e a cultura das periferias de São Paulo.

A segunda fase da iniciativa prevê o lançamento, ainda em 2025, de um guia de viagem com roteiros e experiências turísticas baseados nesses títulos de destaque. O material destacará os ativos da diversidade natural brasileira que a Embratur deseja promover, sobretudo na Amazônia.



PRÊMIO BRASIL TÁ PRA GAME



PREMIAÇÃO PARA GAMES DE TURISMO

Buscamos jogos que promovam os destinos turísticos e elementos da cultura brasileira em suas narrativas, artes, música, design de som e jogabilidade.

ABRAGAMES

 **EmbraturLAB**

Prêmio Brasil ta pra game

- Objetivo: já em sua segunda edição busca promover o Brasil por meio da indústria de games, valorizando a cultura contemporânea e regional brasileira como ativo turístico e imagem-país. Fortalecer a conexão entre o setor de turismo e as desenvolvedoras de games, gerando oportunidades de negócios e criando estratégias inéditas de engajamento com o público gamer.
- Público-alvo: turistas gamer
- Parcerias estratégicas: Abragames
- Resultados esperados ou já alcançados: Primeira edição recebeu 51 candidaturas de todas as regiões do Brasil; dos 10 finalistas, foram premiados três jogos:
 - 1º lugar: Língua (Estúdio Guilherme Giacomini, SP)
 - 2º lugar: Árida (Aoca Game Lab, BA)
 - 3º lugar: Aleijadinho Virtual (Studio KwO, RJ)Segunda edição em andamento recebeu 45 inscrições e os ganhadores serão divulgados em dezembro.



Projeto

Paradiso

Prêmio de apoio a distribuição

- Objetivo: Fomentar a distribuição internacional de filmes brasileiros de longa-metragem de ficção por meio do Prêmio Brasil no Mundo, com o objetivo de promover a cultura brasileira, fortalecer a imagem do Brasil no exterior e ampliar o alcance internacional das obras audiovisuais nacionais.
- Público-alvo: produtores audiovisuais e agentes de vendas nacionais e internacionais
- Parcerias estratégicas: Instituto Olga Rabinovich / Projeto Paradiso
- Resultados esperados ou já alcançados: será lançado no Festival do Rio e Mostra de Cinema de São Paulo. Serão contemplados, através de chamada três filmes de ficção, com agentes de venda internacional, que receberão prêmio de US\$ 15 mil para lançar no circuito internacional de salas de cinema.



Circuitos de Festivais Audiovisuais parceiros da Embratur

- Objetivo: realizado através de patrocínio fortalecer festivais audiovisuais no Brasil e no exterior como plataformas para criar complementariedades entre turismo e cinema, como espaço de promoção do audiovisual brasileiro.
- Público-alvo: frequentadores de festivais
- Parcerias estratégicas: Festival de Cinema de Gramado, Mostra de Cinema de Tiradentes, Festival de Cinema Brasileiro de Paris, Toronto, Miami e NY, Mostra SP de Cinema, Festival de Cinema do Rio, Festival de Cinema de Goytacá, LATAM Content Meeting
- Resultados esperados ou já alcançados : 10 festivais parceiros