

**CENTRO PAULA SOUZA
ETEC DE CUBATÃO
ENSINO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NO CINEMA: DESAFIOS PARA
ADMINISTRAÇÃO CULTURAL**

Cauane Vieira dos Santos
Ingrid da Silva Brandão
Letícia da Silva Soares
Thalita Silva Santiago
Vanessa Barbosa dos Santos

RESUMO

A transformação digital no cinema representa uma das maiores mudanças das artes visuais, impactando a produção, distribuição e preservação de obras. A substituição do analógico pelo digital reduziu custos, ampliou o acesso e impulsionou o surgimento de plataformas de streaming, embora também tenha concentrado o mercado e enfraquecido salas tradicionais. A Inteligência Artificial passou a otimizar processos, prever preferências do público e reduzir gastos, mas trouxe preocupações quanto à substituição de profissionais e à perda da identidade artística. No Brasil, o setor audiovisual movimentou R\$ 70,2 bilhões em 2024, mas pode enfrentar queda de lucros devido à automação. A pesquisa revelou que a maioria dos participantes reconhece os benefícios da tecnologia, mas teme a desvalorização do trabalho humano, destacando a importância de políticas públicas e capacitação profissional. Assim, a gestão cultural deve equilibrar inovação e preservação, garantindo que o avanço digital fortaleça a cultura sem comprometer sua diversidade e expressão criativa.

Palavras - Chave: Cultura – Cinema – Tecnologia – IA - Gestão

ABSTRACT

Digital transformation in cinema represents one of the greatest changes in visual arts, impacting the production, distribution, and preservation of works. The replacement of analog by digital technology has reduced costs, expanded access, and driven the rise of streaming platforms, although it has also concentrated the market and weakened traditional theaters. Artificial Intelligence has begun to optimize processes, predict audience preferences, and reduce expenses, but it has raised concerns about the replacement of professionals and the loss of artistic identity. In Brazil, the audiovisual sector generated R\$70.2 billion in 2024 but may face profit declines due to automation. The research revealed that most participants acknowledge the benefits of technology but fear the devaluation of human labor, emphasizing the importance of public policies and professional training. Therefore, cultural management must balance innovation and preservation, ensuring that digital advancement strengthens culture without compromising its diversity and creative expression.

Palavras – Chaves: Culture – Cinema – Technology – AI - Management

Cauane Vieira dos Santos Aluno(a) do Curso Técnico em Administração, na Etec de Cubatão, cauane.santos01@etec.sp.gov.br

Ingrid da Silva Brandão Aluno(a) do Curso Técnico em Administração, na Etec de Cubatão, ingrid.brandao@etec.sp.gov.br

Letícia da Silva Soares Aluno(a) do Curso Técnico em Administração, na Etec de Cubatão, leticia.soares111@etec.sp.gov.br

Thalita Silva Santiago Aluno(a) do Curso Técnico em Administração, na Etec de Cubatão, thalita.santiago@etec.sp.gov.br

Vanessa Barbosa dos Santos Aluno(a) do Curso Técnico em Administração, na Etec de Cubatão, vanessa.limal55@etec.sp.gov.br

INTRODUÇÃO

A transformação digital no cinema representa uma das mudanças mais significativas da história das artes visuais, impactando todas as etapas da cadeia cinematográfica. A substituição do suporte analógico pelo digital modificou os processos de produção, com o uso de câmeras de alta resolução, softwares de edição avançados e efeitos visuais sofisticados. De acordo com Manovich (2001), o cinema digital não é apenas uma atualização tecnológica, mas uma reconfiguração da linguagem audiovisual, na qual o código digital passa a ser a base da criação artística. Nesse sentido, a digitalização também reduziu custos de filmagem e edição, tornando produções independentes mais competitivas em um mercado antes dominado por grandes estúdios (NICHOLS, 2010).

No campo da distribuição, a digitalização trouxe o crescimento das plataformas de streaming, que alteraram radicalmente a relação entre público e cinema. Para Gaudreault e Marion (2015), essa mudança amplia o acesso, mas também transforma a lógica de circulação cultural, deslocando a centralidade da sala de exibição para o espaço digital. Esse fenômeno, ao mesmo tempo em que democratiza o acesso às obras, também gera desafios relacionados à concentração de mercado em poucas plataformas, ao enfraquecimento das salas de cinema tradicionais e às questões ligadas à proteção dos direitos autorais. No contexto brasileiro, a indústria audiovisual movimentou R\$ 70,2 bilhões em 2024, equivalente a 0,6% do PIB, e gerou cerca de 609 mil empregos, superando setores como o automobilístico e o farmacêutico. A preservação do patrimônio cinematográfico é outro ponto crucial. Embora o digital facilite a reprodução e o armazenamento das obras, a rápida obsolescência tecnológica ameaça a memória audiovisual. Como destaca Ferreira (2020), a preservação no ambiente digital exige políticas contínuas de atualização e estratégias institucionais para evitar a perda de acervos.

De acordo com análises recentes, as indústrias cinematográficas podem enfrentar uma redução de até 20% nos lucros até 2028, resultado direto da evolução da IA. Com isso o impacto significativamente o mercado de trabalho, especialmente em setores criativos. Algumas das funções mais afetadas incluem: Artistas de VFX, que enfrentam um desemprego de 22%

devido à automação; Dubladores, com vozes sintéticas ocupando 40% dos papéis secundários; Editores, cujo tempo de edição caiu 65%, reduzindo a demanda por profissionais.

Essas mudanças destacam a necessidade de adaptação e requalificação no mercado de trabalho, com foco em habilidades que complementem a IA. Nesse contexto, a administração cultural enfrenta o desafio de equilibrar inovação tecnológica e preservação da memória cinematográfica, assegurando que os avanços digitais não comprometam a diversidade cultural nem o acesso democrático às produções. Rubim (2007) observa que a política cultural, diante da globalização e das novas tecnologias, deve articular preservação, democratização e estímulo à produção, atuando como mediadora entre o poder público, a indústria e a sociedade. Assim, são necessárias políticas públicas, investimentos em infraestrutura digital e a valorização das salas de exibição tradicionais, em paralelo ao estímulo à produção independente e à proteção dos direitos autorais.

Portanto, a transformação digital no cinema não deve ser vista apenas como um avanço tecnológico, mas como um processo que redefine práticas culturais, modelos de gestão e políticas de acesso. Cabe à administração cultural assumir um papel estratégico nesse cenário, articulando inovação, preservação e democratização da cultura.

METODOLOGIA

A pesquisa teve como objetivo compreender de que forma as tecnologias digitais estão promovendo transformações no setor cinematográfico e quais são os principais desafios enfrentados pela gestão cultural diante desse contexto. Para tanto, foi adotada uma metodologia de caráter exploratório e descritivo, com abordagem mista, englobando aspectos qualitativos e quantitativos.

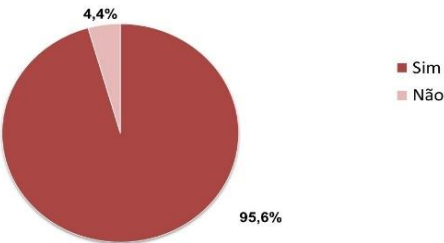
Os dados quantitativos foram coletados por meio de um questionário estruturado online, elaborado no Google Forms, composto por 12 perguntas, sendo 11 de natureza fechada e 1 aberta. O instrumento de coleta foi disponibilizado de forma pública, possibilitando a participação voluntária de diferentes perfis de respondentes, totalizando 40 participantes.

As informações obtidas foram organizadas em gráficos e tabelas, a fim de facilitar a visualização e interpretação dos resultados. A análise quantitativa foi conduzida de maneira descritiva, observando a frequência das respostas e as relações entre as variáveis identificadas. Já a resposta aberta foi examinada sob uma perspectiva qualitativa, buscando-se reconhecer padrões, percepções e interpretações recorrentes entre os participantes.

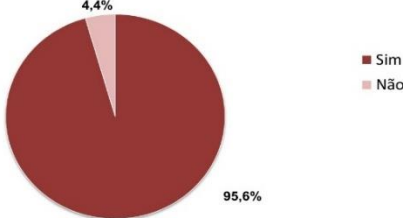
Essa combinação metodológica permitiu compreender tanto os aspectos numéricos quanto as percepções subjetivas relacionadas à transformação digital no cinema e seus impactos sobre a administração cultural.

Gráficos

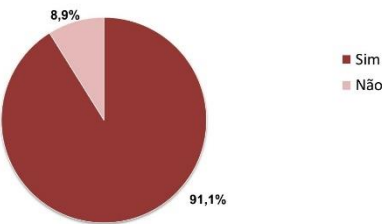
1 – Você costuma consumir filmes e séries por meio de plataformas de streaming?



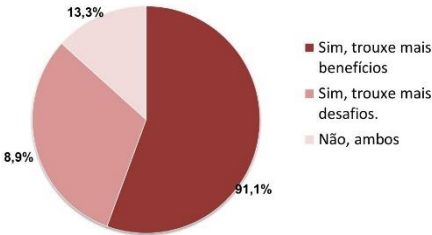
2 – O uso de plataformas digitais melhorou o acesso às produções cinematográficas?



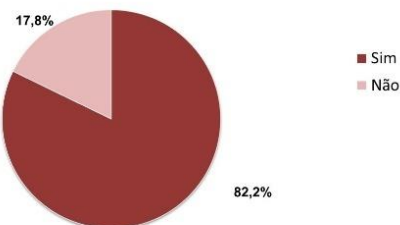
3 – O uso de IA na produção leva a desvalorização do trabalho humano?



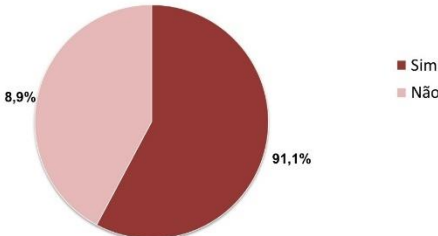
5 – Para você, a transformação digital trouxe mais benefícios ou mais desafios para o cinema?



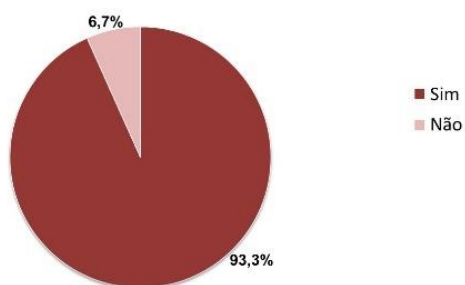
4 – As estratégias de marketing digital influenciam suas escolhas de filmes?



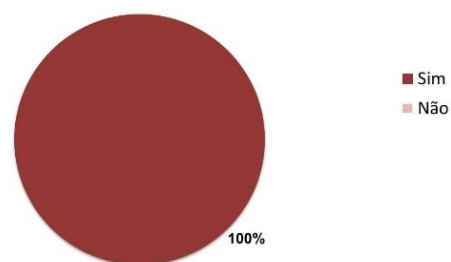
6 – Plataformas digitais priorizam conteúdo de massa, reduzindo a visibilidade de obras autorais?



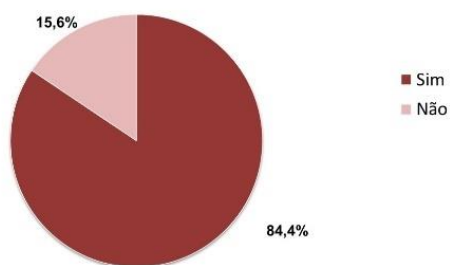
9 – O acesso virtual ampliou sua oportunidade de conhecer produções de diferentes culturas?



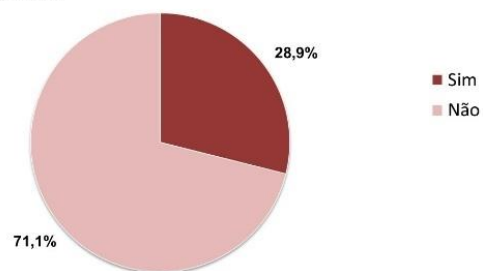
7 – É importante preservar acervos cinematográficos em formato digitais?



10 – O cinema digital contribui para reduzir a exclusão cultural e social?



8 – As plataformas de streaming protegem adequadamente os direitos autorais do produtores?



CONCEITO SOBRE A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NO CINEMA

A crescente influência da Inteligência Artificial (IA) está redefinindo diversos setores, e a indústria do entretenimento não é exceção. Os gestores cinematográficos têm aplicado a IA nas produções de filmes com o objetivo de otimizar processos, reduzir custos e aumentar a precisão nas tomadas de decisão. A tecnologia permite analisar preferências do público, selecionar roteiros com maior potencial de sucesso e criar efeitos visuais mais realistas com menos tempo e recursos. Dessa forma, o uso da IA tornou-se uma estratégia de inovação e competitividade no mercado global.

No contexto brasileiro, a indústria audiovisual movimentou R\$ 70,2 bilhões em 2024, equivalente a 0,6% do PIB, e gerou cerca de 609 mil empregos, superando setores como o automobilístico e o farmacêutico. O uso de IA tem contribuído para reduzir custos em etapas como edição, efeitos visuais e legendagem, mas também levanta questões sobre direitos autorais, propriedade intelectual e concentração de mercado. As funções mais afetadas pela IA foram Artistas de VFX: desemprego chegou a 22% com ferramentas automatizadas. Dubladores: vozes sintéticas ocupam 40% dos papéis secundários. Editores: tempo de edição caiu 65%, reduzindo a demanda por iniciantes. Para minimizar esses impactos, empresas do setor têm investido em técnicas de SEO e estratégias digitais, utilizando palavras-chave como “impacto da IA na música”, “automação no cinema” e “futuro da televisão com IA” para ampliar a visibilidade e o alcance de seus conteúdos.

No entanto, a integração dessas tecnologias traz impactos econômicos complexos. De acordo com análises recentes, as indústrias cinematográficas podem enfrentar uma redução de até 20% nos lucros até 2028, resultado direto da evolução da IA e da automação de processos. Plataformas de streaming já utilizam algoritmos de recomendação para personalizar experiências, o que tem diminuído a dependência de produções tradicionais e reduzido o investimento em estúdios e gravadoras. Além disso, a criação de roteiros, músicas e dublagens por IA está reduzindo a demanda por profissionais humanos, gerando preocupações quanto à valorização do trabalho artístico.

Portanto, o impacto financeiro da IA no cinema brasileiro dependerá da capacidade de equilibrar inovação tecnológica e valorização do trabalho humano. Estratégias de capacitação e adaptação profissional são essenciais para que o setor continue competitivo, aproveitando os benefícios da IA sem comprometer sua dimensão criativa e cultural. Assim, a inteligência artificial representa tanto uma oportunidade de crescimento quanto um desafio ético e econômico para o futuro do cinema.

GESTÃO CULTURAL



“A gestão cultural é o conjunto de ações de planejamento, organização e acompanhamento de processos culturais, visando dar continuidade, coerência e eficácia às atividades culturais.”

Segundo Teixeira Coelho (Professor e Crítico de arte).

A gestão cultural é como o conjunto de práticas e estratégias voltadas à administração, planejamento e desenvolvimento de ações relacionadas à cultura. Trata-se de um campo interdisciplinar que envolve conhecimentos de administração, comunicação, economia e políticas públicas, aplicados ao contexto artístico e cultural. O gestor cultural desempenha um papel essencial na mediação entre artistas, instituições e a sociedade. Suas atribuições incluem o planejamento e a execução de projetos culturais, a captação de recursos, a coordenação de equipes, a promoção de eventos e a avaliação de resultados. Dessa forma, sua atuação contribui para a democratização do acesso à cultura e para o fortalecimento da identidade cultural de uma comunidade.

Além de promover o desenvolvimento artístico, a gestão cultural também possui relevância social e econômica, uma vez que estimula a geração de empregos, o turismo e a valorização do patrimônio cultural. Nesse sentido, o gestor cultural deve ser capaz de aliar sensibilidade artística à visão estratégica, promovendo iniciativas que conciliem sustentabilidade financeira e impacto social. No cenário contemporâneo, a gestão cultural enfrenta desafios significativos, como a falta de investimento público, a necessidade de inovação tecnológica e as transformações no consumo cultural. Diante disso, é fundamental que os profissionais da área adotem práticas criativas e sustentáveis, pautadas em princípios de inclusão, diversidade e participação social.

A gestão cultural exerce papel estratégico diante das transformações tecnológicas que impactam o cinema contemporâneo. O planejamento estratégico torna-se fundamental, pois a integração de recursos tecnológicos às práticas de produção audiovisual possibilita aprimorar a criação, distribuição e exibição de conteúdos culturais. Além disso, a implementação de políticas culturais deve contemplar tanto o fortalecimento do cinema independente quanto o apoio às grandes produções, assegurando equilíbrio e diversidade no setor.

A valorização da diversidade cultural também se apresenta como eixo central. É necessário aperfeiçoar políticas de cota e incentivo à produção nacional, além de combater a padronização cultural causada pela dominância de conteúdos estrangeiros nas plataformas digitais. Além, de atuar na formação e capacitação profissional voltadas ao uso de novas ferramentas digitais e ao mercado de streaming tornam-se indispensáveis para adaptar os profissionais às novas dinâmicas do setor.

Por fim, a democratização do acesso cultural representa um desafio relevante. A promoção de programas voltados à digitalização e difusão de acervos audiovisuais, bem como o estímulo ao acesso inclusivo por meio de plataformas digitais, contribui para ampliar o alcance da cultura. Assim, a gestão cultural consolida-se como instrumento essencial para equilibrar inovação tecnológica, sustentabilidade econômica e preservação da identidade cultural no cinema.

SUSTENTABILIDADE CULTURAL

A sustentabilidade cultural é o processo de garantir a viabilidade a longo prazo dos projetos e instituições culturais. Isso envolve a gestão de recursos financeiros, humanos e materiais, e a avaliação de resultados. A sustentabilidade cultural é fundamental para garantir que as instituições e projetos culturais possam continuar a promover a cultura e a arte em uma sociedade.

PROJETOS CULTURAIS

Os projetos culturais são iniciativas que visam promover a cultura e a arte em uma comunidade ou sociedade. Isso pode incluir exposições, performances, workshops, cursos, entre outros. Os projetos culturais são fundamentais para promover a criatividade, a inovação e a diversidade cultural.

MARKETING CULTURAL

O marketing cultural é o processo de promover e divulgar produtos e serviços culturais para o público. Isso envolve a elaboração de estratégias de marketing, a criação de materiais promocionais, a gestão de redes sociais, entre outros. O marketing cultural é fundamental para garantir que os produtos e serviços culturais sejam conhecidos e apreciados pelo público.

POLÍTICAS CULTURAIS

As políticas culturais são as diretrizes e normas que orientam a gestão e o desenvolvimento da cultura em uma sociedade. Elas podem ser estabelecidas por governos, instituições culturais ou outras organizações, e visam promover a cultura e a arte em diferentes contextos. As políticas culturais são fundamentais para garantir que a cultura e a arte sejam promovidas de forma eficaz e sustentável.

DESAFIOS NA ADMINISTRAÇÃO CULTURAL

A transformação digital no cinema representa uma das mudanças mais significativas da história das artes visuais, impactando todas as etapas da cadeia cinematográfica. A substituição do suporte analógico pelo digital modificou os processos de produção, com o uso de câmeras de alta resolução, softwares de edição avançados e efeitos visuais sofisticados. De acordo com Manovich (2001), o cinema digital não é apenas uma atualização tecnológica, mas uma reconfiguração da linguagem audiovisual, na qual o código digital passa a ser a base da criação artística. Nesse sentido, a digitalização também reduziu custos de filmagem e edição, tornando produções independentes mais competitivas em um mercado antes dominado por grandes estúdios (NICHOLS, 2010).

No campo da distribuição, a digitalização trouxe o crescimento das plataformas de streaming, que alteraram radicalmente a relação entre público e cinema. Para Gaudreault e Marion (2015), essa mudança amplia o acesso, mas também transforma a lógica de circulação cultural, deslocando a centralidade da sala de exibição para o espaço digital. Esse fenômeno, ao mesmo tempo em que democratiza o acesso às obras, também gera desafios relacionados à concentração de mercado em poucas plataformas, ao enfraquecimento das salas de cinema tradicionais e às questões ligadas à proteção dos direitos autorais.

A preservação do patrimônio cinematográfico é outro ponto crucial. Embora o digital facilite a reprodução e o armazenamento das obras, a rápida obsolescência tecnológica ameaça a memória audiovisual. Como destaca Ferreira (2020), a preservação no ambiente digital exige políticas contínuas de atualização e estratégias institucionais para evitar a perda de acervos.

Nesse contexto, a administração cultural enfrenta o desafio de equilibrar inovação tecnológica e preservação da memória cinematográfica, assegurando que os avanços digitais não comprometam a diversidade cultural nem o acesso democrático às produções. Rubim (2007) observa que a política cultural, diante da globalização e das novas tecnologias, deve articular preservação, democratização e estímulo à produção, atuando como mediadora entre o poder público, a indústria e a sociedade. Assim, são necessárias políticas públicas, investimentos em infraestrutura digital e a valorização das salas de exibição tradicionais, em paralelo ao estímulo à produção independente e à proteção dos direitos autorais.

Portanto, a transformação digital no cinema não deve ser vista apenas como um avanço tecnológico, mas como um processo que redefine práticas culturais, modelos de gestão e políticas de acesso. Cabe à administração cultural assumir um papel estratégico nesse cenário, articulando inovação, preservação e democratização da cultura.

Referencial Teórico



Ming-Hui Huang.



Roland T. Rust

Ming-Hui Huang e Roland T. Rust são pesquisadores reconhecidos nas áreas de administração e tecnologia. Eles estudam como a Inteligência Artificial transforma o trabalho humano e propõem que essa mudança ocorre em duas fases: primeiro, a argumentação, quando a IA substitui apenas algumas tarefas e colabora com humanos; depois, a automação completa, quando a IA consegue realizar todas as tarefas e pode substituir totalmente o trabalho.

Huang e Rust apresentam uma estrutura estratégica para a aplicação da Inteligência Artificial na administração, destacando a importância da IA na personalização, automação e análise de dados. Segundo os autores, a IA pode ser utilizada para melhorar a eficiência e eficácia das estratégias de administração, permitindo que as organizações ofereçam experiências mais personalizadas e relevantes aos clientes e stakeholders.

No contexto do presente estudo, a pesquisa de Huang e Rust (2021) serve como base para entender como a IA pode ser aplicada na administração para melhorar a experiência do cliente e aumentar a eficiência das estratégias de administração.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho teve como objetivo investigar as causas da substituição de profissionais do audiovisual pela Inteligência Artificial, analisando como a transformação digital tem influenciado o mercado cinematográfico e o consumo de produções nas plataformas de streaming. Essa transformação representa uma mudança profunda que vai além da modernização tecnológica ela redefine a forma como a cultura é produzida, distribuída e consumida.

A partir das hipóteses levantadas, considerou-se que a Inteligência Artificial estaria impactando diretamente o trabalho humano, podendo causar substituições e mudanças na forma de produção artística. Com base nas respostas do questionário aplicado a 45 participantes, foi possível confirmar parcialmente essas hipóteses.

Os resultados mostraram que 95,3% dos entrevistados consomem filmes e séries por plataformas digitais e reconhecem que o acesso tecnológico ampliou o alcance das produções, validando a ideia de que o digital se tornou o principal meio de consumo audiovisual. Por outro lado, 90,7% afirmaram que o uso da IA leva à desvalorização do trabalho humano, confirmando parcialmente que a tecnologia tem provocado impactos sociais e profissionais significativos, também foi observado que 81,4% dos participantes consideram que o marketing digital influencia suas escolhas de filmes. As respostas abertas reforçaram a necessidade de manter preços acessíveis, diversidade de conteúdo, acessibilidade e capacitação profissional, apontando que o público valoriza a inovação tecnológica, mas busca equilíbrio entre o uso da IA e a preservação da criatividade humana.

A pesquisa mostrou que, embora a Inteligência Artificial traga benefícios na otimização de processos e redução de custos, ela também levanta preocupações quanto à substituição de profissionais e à perda da identidade artística. Ficou evidente que a administração cultural precisa atuar de forma estratégica, equilibrando inovação e preservação.

É essencial investir em políticas públicas, capacitação profissional e práticas que valorizem o trabalho humano, assegurando que a tecnologia sirva como ferramenta de apoio e não como ameaça à criatividade. Conclui-se, portanto, que o futuro do cinema dependerá da capacidade de integrar o avanço digital à valorização cultural, garantindo que a arte continue a expressar emoção, diversidade e identidade. Assim, a transformação digital deve ser compreendida como uma oportunidade para fortalecer a cultura, desde que acompanhada de ética, responsabilidade e gestão consciente.

REFERÊNCIAS

MOURA, Aline. Dubladores brasileiros unem forças em luta contra a ameaça da IA: entenda o movimento. BTLAW, 29 jan. 2024. Disponível em: <https://btlaw.com.br/2024/01/29/dubladores-brasileiros-unem-forcas-em-luta-contra-a-ameaca-da-ia-entenda-o-movimento/>. Acesso em: 25 jun. 2025.

FORBES TECH. 4 atores que discordam do uso de IA em séries e filmes. FORBES, 13 jul. 2023. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2023/07/5-atores-que-discordam-do-uso-de-ia-em-series-e-filmes/>. Acesso em: 25 jun. 2025

RODRIGUES, Luiz Augusto F. Gestão Cultural: Conceito de Gestão Cultural. Gestão em Cultura (blog). 30 abr. 2009. Disponível em: <https://gestaoemcultura.blogspot.com/2009/04/conceito-de-gestao-cultural.html>. Acesso em: 10 agt. 2025.

FERREIRA, Fabiana Maria de Oliveira. A Cinemateca Brasileira e as políticas públicas para a preservação de acervos audiovisuais no Brasil. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) — Universidade de Brasília, Brasília, 2020.

GAUDREAU, André; MARION, Philippe. A era digital do cinema. São Paulo: Editora Unesp, 2015.

MANOVICH, Lev. The language of new media. Cambridge: MIT Press, 2001.

NICHOLS, Bill. Introduction to documentary. 2. ed. Bloomington: Indiana University Press, 2010.

RUBIM, Antônio Albino Canelas. Políticas culturais: fundamentos e experiências. São Paulo: Summus Editorial, 2007.

- Livros:

- RUBIM, A. A. C. Gestão cultural: teoria e prática. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2015.

- SILVA, M. F. Sustentabilidade cultural: um desafio para as instituições culturais. Rio de Janeiro: Editora da Fundação Getúlio Vargas, 2018.

- TEJON, J. L. Marketing cultural: estratégias e práticas. Curitiba: Editora Juruá, 2020.

- Artigos:

- RUBIM, A. A. C. Gestão cultural: um campo em construção. Revista Brasileira de Gestão Cultural, v. 1, n. 1, p. 1-10, 2018.
 - SILVA, M. F. Sustentabilidade cultural: um desafio para as instituições culturais. Revista de Administração Pública, v. 52, n. 3, p. 531-548, 2018.
 - TEJON, J. L. Marketing cultural: uma ferramenta para a promoção da cultura. Revista de Marketing, v. 15, n. 2, p. 123-140, 2020.
 - Sites:
 - BRASIL. Ministério da Cultura. Disponível em: <(ligação indisponível)>. Acesso em: 10 ago. 2022.
 - INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Disponível em: <(ligação indisponível)>. Acesso em: 10 ago. 2022.
 - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE GESTÃO CULTURAL. Disponível em: <(ligação indisponível)>. Acesso em: 10 ago. 2022.
 - Teses e Dissertações:
 - SILVA, J. M. Gestão cultural: um estudo de caso sobre a sustentabilidade de projetos culturais. 2019. 150 f. Dissertação (Mestrado em Gestão Cultural) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2019.
 - TEIXEIRA, A. C. Marketing cultural: uma análise da promoção da cultura em instituições culturais. 2020. 120 f. Tese (Doutorado em Marketing) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2020.
- BALDER, Kinasta. IA e cinema: o impacto da tecnologia na produção de filmes. Revista Cinema, [s.l.], 5 meses atrás. Disponível em: <https://revistacinema.com.br/tecnologia/ia-e-cinema-o-impacto-da-tecnologia-na-producao-de-filmes>. Acesso em: 21/10/2025
- Agência Nacional do Cinema (ANCINE). Disponível em: <https://www.ancine.gov.br>. Acesso em: 29/10/2025
- TI INSIDE Online. IA tem pouca presença no setor de cultura, apesar do avanço da digitalização. TI INSIDE Online, 08 out. 2025. Disponível em: <https://tiinside.com.br/08/10/2025/ia-tem-pouca-presenca-no-setor-de-cultura-apesar-do-avanco-da-digitalizacao/>. Acesso em: 29/10/2025
- LEMO, Diego Alves. Inteligência Artificial nos dias de hoje: como ela está transformando nosso mundo. IA Básico, 21 mar. 2024. Disponível em: <https://www.iabasico.com/posts/inteligencia-artificial-nos-dias-de-hoje-como-ela-esta-transformando-nosso-mundo>. Acesso em: 21/10/2025

OCTÁVIO, Diego. De que maneira a inteligência artificial está impactando a produção de filmes. 8 Milímetros, 29 mar. 2023. Disponível em: <https://8milímetros.com.br/de-que-maneira-a-inteligencia-artificial-esta-impactando-a-producao-de-filmes/>. Acesso em: 21/10/2025

Fonte: Huang, M. H., & Rust, R. T. (2021). A Strategic Framework for Artificial Intelligence in Marketing. *Journal of Marketing*, 85(4), 1-18.