

COMPROMISSO COM O BRASIL



Os associados da Motion Picture Association (MPA) **são partes essenciais e integradas do ecossistema de produção e distribuição do mercado local**, contribuindo em todas as etapas da cadeia produtiva do setor audiovisual.



Os associados-membro da MPA **colaboram com os cineastas do Brasil em inúmeras parcerias de produção para apoiar histórias, contadores de histórias e empresas de produção locais**, levando seus filmes e séries a audiências locais e globais e, em última análise, ajudando a promover a diversidade de conteúdo.



Com investimentos substanciais no setor local de entretenimento em infraestrutura e em talentos, os associados da MPA são **contribuintes efetivos** para a economia criativa do Brasil; seus investimentos também **contribuem para o crescimento da comunidade do ecossistema local de produção**.



Os associados da MPA promovem empregos e o produto interno bruto (PIB) localmente. Além disso, as produções de membros da MPA colaboram para a criação de um **corpo de talentos de padrão internacional**. Acima de tudo, a inovação do setor audiovisual depende de milhões de pessoas inovadoras, criativas e altamente valorizadas incluindo atores e projetistas, carpinteiros que constroem cenários de filmes, artistas de maquiagem que dão vida a personagens, especialistas em 3D que empregam tecnologia para criar os próximos grandes efeitos especiais, além de diversos outros profissionais. Esses são empregos altamente valorizados, muitas vezes ativamente buscados por jovens e outras pessoas apaixonadas por trabalhar neste setor.

APOIANDO CRIADORES E NARRATIVAS LOCAIS

- Os associados da MPA têm, há muitos anos, o compromisso de produzir conteúdo brasileiro original, aproveitando a força do setor de produção local para expandir e sustentar o investimento estrangeiro na economia criativa do país. Ao apoiar a narrativa local, os associados da MPA contribuem para a diversidade cultural.
- Filmes e séries não locais produzidos e distribuídos pelos associados da MPA também geram benefícios econômicos consideráveis nas economias dos países em que são filmados.

EXEMPLOS:



Entre as principais filmagens de associados da MPA no Brasil de 2022 a 2024 estão: *Dom* da Amazon Prime Video, uma série que acompanha a história de Pedro do Rio de Janeiro e venceu como Melhor Série Brasileira de Ficção na edição de 2024 do Prêmio Grande Otelo, conhecido anteriormente como o Grande Prêmio do Cinema Brasileiro; *Impuros* da Disney, uma bem-sucedida série de crimes ambientada na década de 1990 no Rio de Janeiro que estreia sua sexta temporada em 2025; *Senna* da Netflix, uma série que conta a vida do ícone brasileiro de automobilismo Ayrton Senna e que foi indicada recentemente para a categoria de Melhor Série de Língua Estrangeira no Critics Choice Awards de 2025; *Anderson Spider Silva* da Paramount, uma biografia esportiva em minissérie de Anderson “The Spider” Silva, campeão brasileiro de UFC, que foi indicada para a categoria Filme de TV/Minissérie no International Emmy Awards de 2024[®]; *Ainda Estou Aqui* da Sony Pictures Classic, representante do Brasil na 97ª edição do Oscar na categoria de Melhor Filme Estrangeiro e que acabou conquistando o prêmio; e *Beleza Fatal*, um título Max Original e a primeira telenovela do serviço de streaming Max, da Warner Bros. Discovery, que estreou em janeiro de 2025 e se tornou uma das produções locais mais bem-sucedidas da plataforma.

1.3K+

As filmagens de associados da MPA investem em média R\$ 2,929 milhões por dia de gravação mundialmente. Filmagens dos associados da MPA em locações investem em média R\$ 115,756 milhões por locação — o que inclui R\$ 53,018 milhões em salários locais — e contratam mais de 1,340 trabalhadores locais.

1.8K+

Filmagens de associados da MPA em locações investem em média R\$ 2,10 milhões por dia gravação mundialmente. As filmagens de séries dos associados da MPA em locações investem em média R\$ 216,05 milhões ao longo de uma locação para série — o que inclui R\$ 118 milhões em salários locais — e contratam mais de 1,850 trabalhadores locais.

AMAZON MGM STUDIOS

- A Prime Video tem uma audiência média de 20 milhões de espectadores mensais no Brasil e investiu mais de R\$ 5 bilhões em conteúdo para o país, incluindo produções locais originais, licenças internacionais e direitos esportivos.
- A Amazon lançou sua primeira produção brasileira original em 2020 e, desde então lançou mais de 40 produções locais originais e exclusivas, incluindo *Corrida dos Bichos*, *Toda Família Tem, Dom*, *Novela*, *LOL: Se Rir, Já Era!*, *Cangaço Novo* e *5x Comédia*.



- A Disney tem inúmeros projetos de gêneros diversos em vários estágios de produção em países da América Latina, como Argentina, Brasil, México, Chile e Colômbia. Juntamente com produtoras locais de prestígio e talentos consagrados, a empresa cria conteúdo de ficção e não ficção sobre temas relevantes para o público latino, que também atrai consumidores de outras regiões.
- Com a fusão do Disney+ com o Star+ em 2024, a audiência latino-americana tem acesso a um catálogo maior e mais diversificado, incluindo os títulos existentes das plataformas Disney+, Star+ Originals e conteúdo esportivo da ESPN. A fusão dobra a quantidade de horas de conteúdo disponível no Disney+ na América Latina — de 8,546 horas para mais de 18,000 horas — e amplia a audiência da Star+ Latin

America Originals ao incluir assinantes Disney.

- Em 2023, a The Walt Disney Company e a Globo fecharam um acordo histórico para a coprodução de quatro filmes brasileiros, a primeira parceria de coprodução entre as duas empresas.
- Entre as diversas produções originais desenvolvidas recentemente no Brasil para as plataformas Disney+ ou Star+, estão *Sobrevoando*, *Voluntários: Tudo É Pela Ciência*, *O Que Você Não Sabia Sobre o Humor Brasileiro*, *O Coro: Sucesso Aqui Vou Eu*, *Tudo Igual... SQN*, *Mila no Multiverso*, *A História Delas*, *Impuros* e *Não Foi Minha Culpa: Brasil*. Entre as biografias, encontram-se *Titãs*, *O Som e a Símbola*, *Desejos S.A.*, *How To Be A Carioca*, *Insânia*, *A Magia de Aruna*, *Últimas Férias (Killer Vacation)*, *Dois Tempos*, *O Rei da TV* e *Santo Maldito*. Outras produções originais brasileiras estão atualmente em desenvolvimento, como *Uma Garota Comum* e *Tarã*.



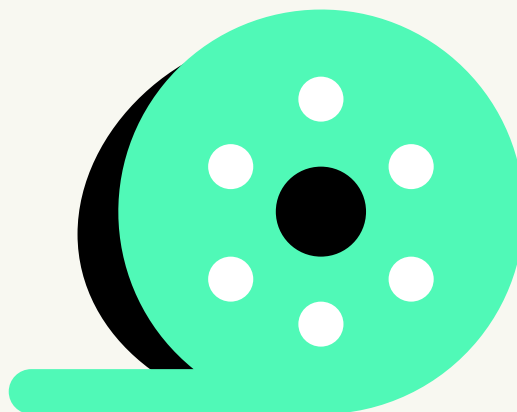
- Em 2021, a NBCUniversal lançou o Telemundo Streaming Studios, agora Telemundo Studios, com mais de 35 projetos em desenvolvimento ou produção nos Estados Unidos, México, Colômbia, Espanha e Argentina.

NETFLIX

- A Netflix investiu R\$ 1 bilhão em produções no Brasil entre 2023 e 2024, o maior investimento já realizado pela empresa no país.
- Em 2024, a Netflix anunciou uma lista de projetos brasileiros que envolvem filmagem em quatro estados do país, incluindo: os filmes *Caramelo*, filmado em São Paulo; *O Filho de Mil Homens*, adaptação do romance de Valter Hugo Mãe filmada em Búzios e em pequenas cidades no interior da Bahia; uma comédia ainda sem título filmada no Rio de Janeiro e em Bariloche; e a série *Vicentina Pede Desculpas*, atualmente em filmagem na cidade de Belo Horizonte.
- A Netflix criou *Nova Cena*, o primeiro reality show musical do Brasil. O programa conta com 20 artistas da cena musical brasileira, cada um deles apoiando o crescimento artístico da nova geração de artistas de rap e trap que participam da competição.
- A ampla oferta de séries, filmes e documentários da Netflix no Brasil incluem *Ricos de Amor 2*, *Cidade Invisível*, *Olhar Indiscreto*, *Casamento à Distância*, *Carga Máxima*, *Meu Cunhado é um Vampiro*, *DNA do Crime*, *Sem Filtro*, *Sintonia*, *A Sogra que Te Pariu*, *Os Quatro da Candelária*, *Ilhados com a Sogra*, *B.O.*, *O Lado Bom de Ser Traída*, *De Volta aos 15*, *Casamento às Cegas: Brasil*, *Se eu fosse Luísa Sonza*, *Bom dia, Verônica*, *Acorda, Carlo!*, *O Menino Maluquinho*, a primeira série de animação brasileira da Netflix, e *Senna*, série baseada na vida do piloto brasileiro de Fórmula 1 Ayrton Senna.

Paramount

- As produções originais da Paramount+ na América Latina incluem os projetos brasileiros *Adriano Imperador*, *Rio Shore (Temporadas de 1 a 4)*, *As Seguidoras*, *Vai Dar Nada*, *Coração Suburbano*, *Funkbol*, *Anderson Spider Silva e Marcelo*, *Marmelo*, *Martelo*.
- A Pluto TV, serviço gratuito de streaming de TV da Paramount na América Latina, tem 198 canais em espanhol, 169 canais em português e está presente em 18 países latino-americanos. O serviço possui acordos de parceria com mais de 250 parceiros de conteúdo para oferecer mais de 60,000 horas de conteúdo na América Latina de língua Espanhola e 35,000 horas no Brasil. Entre os principais parceiros estão Sony, Lionsgate, Banijay, Telefe, TV Azteca, América TV, Polar e Globo.





- As atividades de produção e coprodução da Sony Pictures Entertainment (SPE) no Brasil incluem *Soltos no Carnaval*, série de sucesso com a Amazon; *De férias com o Ex*, com a Paramount; *Beyond the Bridge* com a Warner Bros. Discovery; o filme de animação *Perlimps*, do diretor brasileiro Alê Abreu e uma colaboração com a Cinética Filmes adaptada do romance brasileiro mais vendido de Zíbia Gasparetto, *Ninguém É de Ninguém*, adaptação do romance de Zíbia Gasparetto; *De Repente, Miss!*; e *A Herança*, a segunda temporada da série da Netflix *Ilhados com a Sogra*; e um filme de terror da produtora brasileira Tatiana Leite. A SPE também distribuiu ou codistribuiu os filmes brasileiros *Chef Jack: O Cozinheiro Aventureiro* e *Madame Durocher*.
- Em uma nova colaboração, o YouTube e a Sony Pictures Television estão criando o *Shark Tank Brasil: Versão Creators*. O programa é uma extensão do aclamado *Shark Tank Brasil*, o maior reality show de empreendedorismo do país, e busca promover o empreendedorismo entre criadores de conteúdo e apoiar projetos de impacto social.
- Em 2023, a Sony Pictures lançou *Atiraram no Pianista*, um filme de animação que acompanha o misterioso desaparecimento de Tenório Jr., referência do piano brasileiro, e celebra a história de origem da Bossa Nova.

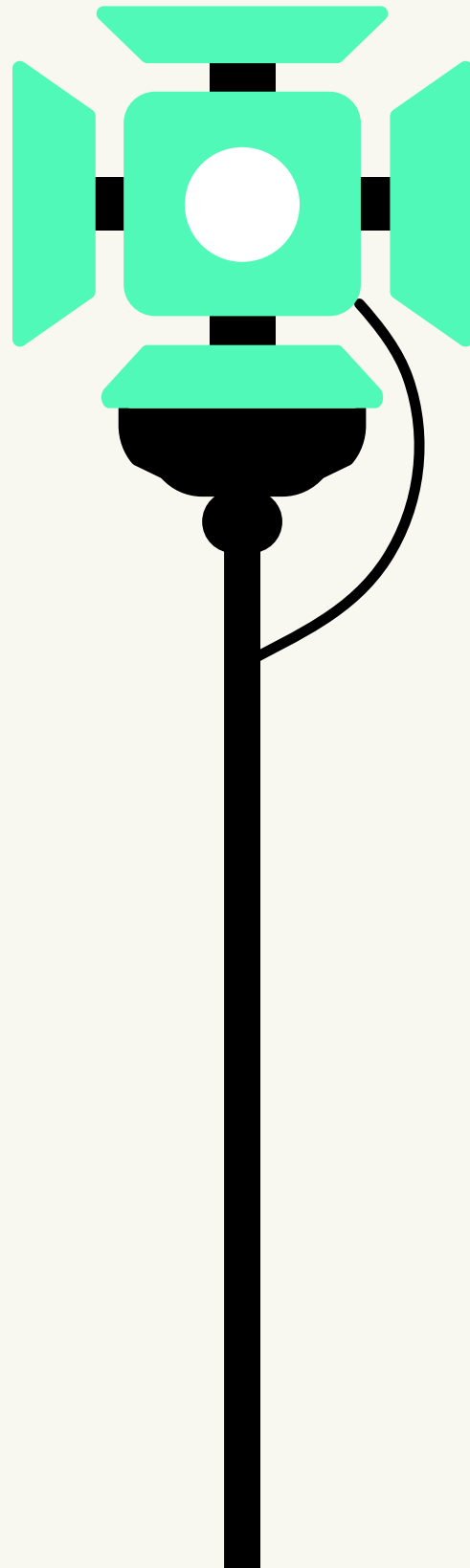


**WARNER BROS.
DISCOVERY**

- A Warner Bros. Discovery produz conteúdo na América Latina há mais de 20 anos e possui um extenso histórico de produção de conteúdo regional em suas marcas. Esses profundos relacionamentos com talentos e produtores independentes locais, tanto atrás quanto diante das câmeras, continuarão crescendo, já que a empresa tem o compromisso de seguir investindo em produções locais e dando voz às comunidades criativas locais em toda a região.
- A Warner Bros. Discovery na América Latina, em fevereiro de 2024, a Max, sua nova marca de serviço de streaming, no que foi o primeiro grande lançamento internacional da marca depois dos Estados Unidos. A plataforma tem quase 40,000 horas de conteúdo de filmes, séries, novelas, documentários, *lifestyle*, reality shows, programas ao vivo e de esportes.
- A primeira aventura da Max na produção de telenovelas é o título Max Original *Beleza Fatal*, uma telenovela brasileira que conta uma história de vingança e justiça no agitado mundo da beleza, cirurgia plástica e tratamento estético. *Beleza Fatal* estreou em 27 de janeiro de 2025.
- Estão entre os títulos lançados recentemente na Max a série HBO Original *Cidade de Deus: A Luta Não Para*, uma série de spin-off do clássico e premiado filme brasileiro *Cidade de Deus*, a série animada *Sociedade da virtude* e eventos ao vivo, como o Campeonato Paulista de futebol.

- As produções originais locais sem roteiro lançadas recentemente incluem a versão local da franquia global *Naked & Afraid*, conhecida localmente como *Largados e Pelados Brasil*, e formatos originais como *Desafio em Dose Dupla*, *Operação Fronteira*, *Aeroporto: Área Restrita* e *Romário: o Cara*, um filme biográfico do renomado jogador da seleção campeã da Copa do Mundo de 1994. A Max também estreou documentários culturais relevantes e de alta qualidade, como *Línguas da Nossa Língua* e *Viva o Cinema! Uma História da Mostra de São Paulo*. Os programas infantis também são uma grande parte da iniciativa de produção original da Max, com títulos como *Franjinha* e *Milena em Busca da Ciência*, em parceria com Mauricio de Sousa, e *Irmão do Jorel*, a adorada série animada que acabou de completar dez anos.
- Para 2025, a Max estreará uma nova lista de programas de alta qualidade, como *Véspera*, uma adaptação do romance best-seller de Carla Madeira; *Máscaras de Oxigênio (não) Cairão Automaticamente*, título estreado recentemente no Berlinale sobre um grupo de comissários de bordo que ajudou pessoas infectadas pelo HIV nos primeiros dias da AIDS no Brasil; *Ângela Diniz: O Crime da Praia dos Ossos*, sobre uma mulher que, durante a década de 1970, ousou viver em seus próprios termos até ser assassinada por seu último parceiro. Ângela pagou com sua própria vida pelo direito de tentar viver do seu jeito; e *Bateau Mouche: O Naufrágio da Justiça*, um documentário de *true crime* sobre o naufrágio de um barco com turistas no Réveillon de 1988 no Rio de Janeiro e a reivindicação das vítimas por justiça.

- A Cartoon Network Latin America contratou Any Malu, a superestrela de animação brasileira.



CELEBRANDO A CULTURA DO BRASIL ALÉM DAS FRONTEIRAS DE UMA FORMA QUE APENAS O STORYTELLING PODE FAZER



Os associados da MPA têm capacidade para **exportar o conteúdo e a cultura do Brasil** para a maior audiência possível. Por exemplo:

- ▶ A Prime Video agora está transmitindo **Avenida Brasil**, telenovela da Globo indicada ao Emmy, para audiências de toda a América Latina.
- ▶ A Sony Pictures Classics adquiriu os direitos de distribuição do filme **Ainda Estou Aqui**, que representou o Brasil na categoria Melhor Filme Estrangeiro na 97ª edição do Oscar e que venceu o prêmio.
- ▶ A primeira temporada de **Ilhados com a Sogra**, reality show de sucesso da Netflix, ficou no top 10 global da Netflix por duas semanas em 2023. A segunda temporada de **Ilhados com a Sogra** foi lançada no início de janeiro de 2025.
- ▶ **Modo Avião**, produção brasileira lançada em 2020, se tornou o longa de língua não inglesa mais assistido na Netflix em todo o mundo, assistido por quase 28 milhões de residências.
- ▶ **3%** foi a primeira série original da Netflix filmada no Brasil e o primeiro programa de televisão em português a alcançar sucesso internacional para além da América Latina e Portugal. Mais de 50% dos espectadores eram de fora do Brasil.
- ▶ **A 1ª e a 2ª temporada de Bom Dia, Verônica** chegaram ao top 10 global da Netflix na categoria de séries em língua não inglesa na mesma semana, com 15 e 9 milhões de horas assistidas, respectivamente, em apenas quatro dias após o lançamento da 2ª Temporada.
- ▶ **O filme Depois do Universo** chegou ao top 10 da Netflix entre filmes em língua não inglesa, alcançando 12 milhões de horas assistidas em menos de uma semana após seu lançamento. O mesmo aconteceu com **Esposa de Aluguel (Someone Borrowed)**, com 45 milhões de horas assistidas em menos de um mês.
- ▶ As animações da Cartoon Network e da Netflix produzidos pelo Copa Studio do Brasil — **Tromba Trem (Trunk Train)**, **Harry Hairy Cowboy** e **Irmão do Jorel (Jorel's Brother)** — foram indicadas a um prêmio International Emmy Kids Award em 2019.
- ▶ A série original da HBO **Cidade de Deus: A Luta Não Para** foi lançada globalmente na Max, com ampla cobertura de imprensa em todo o mundo. **Beleza Fatal** foi lançada simultaneamente na América Latina, Estados Unidos e na Europa, levando o conteúdo brasileiro para audiências internacionais.



O **estímulo do turismo** é um efeito secundário bem conhecido da produção de filmes e séries. Por exemplo:

- ▶ Um estudo do Tripadvisor estimou que, pelo menos, 20% dos viajantes globais visitaram um destino porque o viram em um programa de TV.
- ▶ Após o lançamento do **remake** da novela **Pantanal** em março de 2022 pela Globoplay, o turismo na área do Pantanal aumentou em 100%. Da mesma forma, pesquisas descobriram que buscas pelo estado de Tocantins aumentaram em 80% após o lançamento pela Globo da novela **O Outro Lado do Paraíso**.



APOIANDO A PRÓXIMA GERAÇÃO DE CRIADORES E CONTADORES DE HISTÓRIAS, E RETRIBUIR À COMUNIDADE



Os investimentos dos associados da MPA dão frutos para além da indústria audiovisual: o crescimento do setor criativo ajuda a conectar pessoas, atravessa divisões culturais e políticas, e atua como fonte de expressão. Temos orgulho do apoio de nossos membros a programas e iniciativas locais que beneficiam artistas, estudantes, educadores, trabalhadores e o meio ambiente do Brasil. Por exemplo:

AMAZON
MGM STUDIOS

O **Fundo Amazônia** apoia projetos no Brasil para reduzir o desmatamento e promover o uso sustentável dos recursos da Floresta Amazônica.



O Fundo de Conservação da **Disney** se envolveu em projetos para proteger micos-leões-dourados, tamanduás e aves migratórias do Brasil.

A **Disney** lançou um programa de aprendizagem em colaboração com seu comitê de funcionários negros no Brasil, projetado para ampliar ainda mais o acesso a oportunidades de emprego e promover a diversidade na liderança.

A **Disney** doou R\$ 4,994 milhões em subsídios para organizações sem fins lucrativos que trabalham para reduzir a desigualdade de gênero no setor de tecnologia e incentivar jovens sub-representados a buscar carreiras criativas e tecnológicas. Isso incluiu o lançamento de bolsas de estudo para 100 jovens adolescentes negros e indígenas brasileiros por meio da organização sem fins lucrativos Pretalab.

A **Disney** apoia o trabalho da Global Food Banking Network e o trabalho de bancos de alimentos no Brasil, Argentina, Chile, Colômbia e México.

A **Disney** investiu R\$ 9,6 milhões ao longo de três anos para prestar suporte às necessidades de crianças brasileiras por meio da UNICEF Brasil e financiar iniciativas esportivas e educacionais no país. Além disso, três filmes da Disneynature ajudaram a financiar o plantio de três milhões de árvores na ameaçada Mata Atlântica brasileira.



A **Universal Pictures Brasil** anunciou a criação do “Curso de Dublagem Infantojuvenil”, criado em parceria com o Instituto Artístico Brasileiro (IAB) e a Organização Aldeias Infantis SOS. O curso tem como objetivo ensinar técnicas de dublagem a estudantes das comunidades do Rio de Janeiro, oferecendo oportunidades e aumentando a diversidade na dublagem local para jovens talentos e suas famílias.

NETFLIX

A **Netflix** se uniu à “Coalizão de Habilidades do Século XXI” do Banco Interamericano de Desenvolvimento, aproveitando a experiência da empresa para abordar a escassez de qualificação no setor de entretenimento da região, além de desenvolver novas oportunidades para melhorar a educação e promover a geração e o crescimento de empregos.

Em 2022, a **Netflix** anunciou o investimento de mais de R\$ 5 milhões em programas voltados para o desenvolvimento de profissionais que atuam atrás e diante das câmeras no Brasil.

A **Netflix** anunciou a doação de R\$ 3 milhões para o Fundo de Amparo aos Profissionais do Audiovisual Negro (FAPAN), beneficiando 875 profissionais freelancers e 275 representantes legais de empresas do setor.

Por meio do programa “Boost the Base” da **Netflix**, a produção de 3% (Temporadas 3 e 4) capacitou e empregou cerca de 30 jovens — principalmente negros, mulheres e membros da comunidade LGBTQIA+ — em diversos departamentos, inclusive de arte, produção, maquiagem e figurino, ajudando a criar uma rede criativa mais diversa e inclusiva no Brasil.

A **Netflix** investiu em projetos como o Projeto de Gerenciamento de Gás de Aterro Sanitário de Salvador. Localizado na capital baiana de Salvador, no nordeste do Brasil, o projeto coleta e destrói o metano em aterros sanitários municipais que atendem aos três milhões de moradores da cidade.

Paramount

A **Paramount** Consumer Products e a Nickelodeon estão colaborando para financiar o esforço global de limpeza dos oceanos, promovendo produtos sustentáveis e educando milhões de fãs sobre como eles podem ajudar a proteger o lar de todas as criaturas marinhas. Essas limpezas foram realizadas em todo o mundo, inclusive no Brasil e no México. Elas têm o objetivo de coletar 2,250 toneladas de plástico e detritos até 2027.

A MTV Staying Alive Foundation, a **Paramount Global** e a Bill and Melinda Gates Foundation fizeram parceria com a “In Bloom”, uma série de curtas-metragens com foco em questões de igualdade de gênero e dirigidos por mulheres cineastas em ascensão de diversos países, inclusive o Brasil, que estreou na Paramount+ e Pluto TV.

A iniciativa Fusion da **Paramount** reconheceu o Mês da Consciência Negra por meio de reflexões sobre a cultura afro-brasileira e os esforços do país para promover a igualdade racial.

A **Paramount+** no Brasil anuncia o lançamento do “VAR” (Vídeo Antirracista), sua campanha contra o racismo que provoca reflexão sobre o tema e promove a educação racial por meio de suas plataformas. A campanha foi transmitida nas redes sociais da Paramount+ no Brasil e contou com a participação do o goleiro Mário Aranha.

A **Paramount** lançou o programa “Narrativas Negras”, uma sala de roteiro para roteiristas negros no Brasil, e empenhou 25% de seu orçamento na América Latina para desenvolver conteúdo de pessoas negras, indígenas e não brancas.

SONY

O **Fundo de Ajuda Global da Sony** empenhou R\$ 2 milhões para prestar suporte a 100 produtores brasileiros independentes.

A Floresta, uma produtora da **Sony Pictures Television** no Brasil, lançou o Semente Educa.Criativa, uma iniciativa voltada para a inclusão e capacitação de jovens mulheres de baixa renda para o mercado audiovisual.



**WARNER BROS.
DISCOVERY**

Durante o Dia de Serviço anual da WBD, funcionários da **Warner Bros. Discovery** orientaram estudantes brasileiros de baixa renda, fornecendo inspiração em escolhas de carreira, conselhos sobre como se preparar para o mercado de trabalho e dicas para o sucesso profissional.

O programa Narrativas Negras Não Contadas da **Warner Bros. Discovery** busca dar oportunidades e elevar a voz dos cineastas brasileiros negros que estão surgindo no setor de mídia.

