

INSTRUÇÃO NORMATIVA N.º 171, DE 30 DE JANEIRO DE 2025

Dispõe sobre o procedimento de registro de obra audiovisual publicitária e dá outras providências.

A DIRETORIA COLEGIADA DA AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA - ANCINE, no uso da atribuição que lhe confere o inciso IV do art. 6º do Anexo I ao [Decreto n.º 8.283, de 3 de julho de 2014](#), e tendo em vista o disposto nos artigos 1º, 21, 25, 28, 29, *caput*, incisos I e III do art. 32, *caput*, inciso II e §§ 1º e 3º do art. 33, incisos II e V do art. 35, inciso III do art. 36, artigos 37, 38, *caput* e incisos I, III, IV, V, VIII e XII do art. 39, *caput* e inciso IV do art. 40 da [Medida Provisória n.º 2.228-1, de 6 de setembro de 2001](#), com as alterações introduzidas pela [Lei n.º 10.454, de 13 de maio de 2002](#), pela [Lei n.º 12.485, de 12 de setembro de 2011](#), pela [Lei n.º 12.599, de 23 de março de 2012](#), e pela [Lei n.º 13.196, de 1º de dezembro de 2015](#), em sua 927ª Reunião Ordinária de Diretoria Colegiada, de 20 de dezembro de 2024, resolve:

Art. 1º Estabelecer, nos termos deste normativo, o procedimento de registro de obra audiovisual publicitária na Agência Nacional do Cinema - ANCINE.

CAPÍTULO I

DAS DEFINIÇÕES

Art. 2º Para fins desta Instrução Normativa entende-se como:

I - agente econômico brasileiro: pessoa natural cuja nacionalidade seja brasileira, ou pessoa jurídica constituída sob as leis brasileiras e que tenha no País a sede de sua administração, atuando como sujeito ativo na atividade econômica;

II - agente econômico estrangeiro: pessoa natural estrangeira ou pessoa jurídica não constituída sob as leis brasileiras;

III - autorização para comunicação pública: negócio jurídico que tem por objeto a autorização de exploração da obra audiovisual, visando à sua comunicação pública em qualquer segmento de mercado;

IV - chamada de programas: obra audiovisual de autopromoção, produzida ou encomendada pela própria empresa programadora ou radiodifusora para informar sua programação ou promover seus conteúdos audiovisuais;

V - comunicação pública de obra audiovisual: ato mediante o qual a obra audiovisual é disponibilizada ao público por qualquer meio ou procedimento nos diversos segmentos de mercado

audiovisual, destinado à representação ou execução pública, incluindo a exibição, transmissão, emissão, retransmissão ou difusão;

VI - conteúdo audiovisual: resultado da atividade de produção que consiste na fixação ou transmissão de imagens, acompanhadas ou não de som, que tenha a finalidade de criar a impressão de movimento, independentemente dos processos de captação, do suporte utilizado inicial ou posteriormente para fixá-las ou transmiti-las, ou dos meios utilizados para sua veiculação, reprodução, transmissão ou difusão;

VII - empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário: pessoa jurídica constituída sob as leis brasileiras, com sede e administração no País, cuja maioria do capital total e votante seja de titularidade direta ou indireta de brasileiros natos ou naturalizados há mais de 5 (cinco) anos, os quais devem exercer de fato e de direito o poder decisório da empresa;

VIII - obra audiovisual: produto da fixação ou transmissão de imagens, com ou sem som, que tenha a finalidade de criar a impressão de movimento, independentemente dos processos de captação, do suporte utilizado inicial ou posteriormente para fixá-las ou transmiti-las, ou dos meios utilizados para sua veiculação, reprodução, transmissão ou difusão;

IX - obra audiovisual de propaganda política: obra audiovisual destinada à propaganda de partidos políticos ou seus candidatos, inclusive a obra audiovisual destinada à propaganda partidária gratuita (obra audiovisual publicitária institucional de partidos políticos), nos termos da [Lei n.º 9.096, de 19 de setembro de 1995](#), e a obra audiovisual publicitária destinada à divulgação de candidatos a cargos eletivos durante o período eleitoral (propaganda eleitoral), nos termos da [Lei n.º 9.504, de 30 de setembro de 1997](#);

X - obra audiovisual do tipo televenda ou infomercial: obra audiovisual publicitária unicamente destinada à oferta de produtos ou serviços, sendo ou não apresentada na forma de programas televisivos, realizada em troca de pagamento e difundida diretamente ao público;

XI - obra audiovisual publicitária: obra audiovisual cuja destinação é a publicidade e propaganda, exposição ou oferta de produtos, serviços, empresas, instituições públicas ou privadas, partidos políticos, associações, administração pública, assim como de bens materiais e imateriais de qualquer natureza;

XII - obra audiovisual publicitária brasileira: obra audiovisual publicitária que atenda aos critérios estabelecidos no inciso XVII ou no inciso XVIII do art. 1º da [Medida Provisória n.º 2.228-1, de 6 de setembro de 2001](#);

XIII - obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no Brasil: obra audiovisual publicitária que seja produzida por empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário registrada na ANCINE, observado o disposto no § 2º do art. 1º da [Medida Provisória n.º 2.228-1, de 6 de setembro de 2001](#), realizada por diretor brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de 3 (três) anos, e que utilize para sua produção, no mínimo, 2/3 (dois terços) de artistas e técnicos brasileiros ou estrangeiros residentes no Brasil há mais de 5 (cinco) anos;

XIV - obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no exterior: obra audiovisual publicitária realizada no exterior, produzida por empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário registrada na ANCINE, observado o disposto no § 2º do art. 1º da [Medida Provisória n.º 2.228-1, de 6 de](#)

setembro de 2001, realizada por diretor brasileiro ou estrangeiro residente no Brasil há mais de 3 (três) anos, e que utilize para sua produção, no mínimo, 1/3 (um terço) de artistas e técnicos brasileiros ou estrangeiros residentes no Brasil há mais de 5 (cinco) anos;

XV - obra audiovisual publicitária de caráter beneficente e/ou filantrópico: obra audiovisual publicitária na qual não se verifique qualquer finalidade lucrativa, que divulgue serviços, eventos ou campanhas de utilidade pública voltados a difundir ou promover temáticas sociais, culturais ou educativas; de promoção da saúde; de auxílio a pessoas carentes; de apoio e proteção à família, à maternidade, à infância, à adolescência e ao idoso; de habilitação e reabilitação das pessoas com deficiência e promoção de sua integração à vida comunitária; de combate a todas as formas de preconceito, inclusive de gênero; de promoção da igualdade racial; de preservação de recursos naturais e do meio ambiente; ou que divulgue campanhas ou eventos de arrecadação de fundos para destinação integral a projetos, entidades e associações sem fins lucrativos que realizem trabalhos beneficentes e assistenciais;

XVI - obra audiovisual publicitária de pequena veiculação: obra audiovisual publicitária cuja circulação seja restrita a municípios que possuam individualmente no máximo 1 (um) milhão de habitantes, de acordo com os dados do último anuário estatístico do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE;

XVII - obra audiovisual publicitária destinada ao varejo: obra audiovisual cuja principal finalidade é a oferta de produtos ou serviços para venda direta ao consumidor final, com indicação expressa de preços ou condições de aquisição e de locais de venda determinados;

XVIII - obra audiovisual publicitária estrangeira: obra audiovisual publicitária que não se enquadra na definição de obra audiovisual publicitária brasileira;

XIX - obra audiovisual publicitária original: obra audiovisual publicitária que não é derivada ou versão de outra obra publicitária, comunicada publicamente de forma integral no(s) segmento(s) de mercado para o(s) qual(is) foi licenciada;

XX - publicidade de obras audiovisuais: obra audiovisual publicitária destinada a promover ou ofertar uma outra obra audiovisual;

XXI - segmento de mercado audiovisual: recorte do espaço econômico, composto por um conjunto de atividades encadeadas realizadas por um ou vários agentes econômicos a fim de levar ao consumidor final um produto ou serviço audiovisual específico, em uma área geográfica delimitada;

XXII - segmento de mercado audiovisual - audiovisual em circuito restrito: conjunto de atividades encadeadas, realizadas por diversos agentes econômicos, necessárias à prestação dos serviços de oferta de obras audiovisuais para fruição pelos consumidores finais em circuitos de difusão restritos, como distribuição gratuita de mídias gravadas, circuitos fechados de televisão em ambientes comerciais e telas ou painéis eletrônicos em espaços, vias públicas e locais de aglomeração, mesmo que eventuais;

XXIII - segmento de mercado audiovisual - audiovisual em transporte coletivo: conjunto de atividades encadeadas, realizadas por diversos agentes econômicos, necessárias à prestação dos serviços de oferta de canais de programação cada qual com grades horárias específicas por difusão linear, ou de catálogo de obras audiovisuais por difusão não-linear, ambos com linha editorial própria, ofertados ao consumidor final para fruição em veículos de transporte coletivo;

XXIV - segmento de mercado audiovisual de comunicação eletrônica de massa por assinatura - TV Paga: conjunto de atividades encadeadas, realizadas por um ou vários agentes econômicos, necessárias à prestação dos serviços de oferta de múltiplos canais de programação cada qual com grades horárias específicas por difusão linear, com linha editorial própria, com qualidade de serviço geralmente garantida por rede dedicada, ofertados ao consumidor final de forma onerosa;

XXV - segmento de mercado audiovisual - radiodifusão de sons e imagens - TV Aberta: conjunto de atividades encadeadas, realizadas por um ou vários agentes econômicos, necessárias à prestação do serviço de radiodifusão de sons e imagens, que consiste na oferta de conteúdos audiovisuais a serem recebidos direta e livremente pelo público em geral;

XXVI - segmento de mercado audiovisual - salas de exibição: conjunto de atividades encadeadas, realizadas por um ou vários agentes econômicos, necessárias à prestação do serviço de exibição cinematográfica, que consiste na projeção de obras audiovisuais em tela de grande dimensão, para fruição coletiva pelos consumidores finais;

XXVII - segmento de mercado audiovisual - vídeo doméstico: conjunto de atividades encadeadas, realizadas por diversos agentes econômicos, necessários para ofertar ao consumidor final, a título oneroso, obras audiovisuais em qualquer suporte de mídia pré-gravada;

XXVIII - versão de obra audiovisual publicitária: obra audiovisual publicitária que observa cumulativamente as seguintes condições:

a) ser edição, ampliada ou reduzida em seu tempo de duração, realizada a partir de obra audiovisual publicitária original, ou ser adaptação de obra audiovisual original, desde que restrita apenas à substituição da imagem do objeto anunciado ou letreiros;

b) ser produzida sob o mesmo contrato de produção ou sob termos aditivos ao contrato original;

c) ser baseada no mesmo roteiro e argumento da obra audiovisual publicitária original da qual derivou; e

d) ser produzida para o mesmo anunciante, ainda que editada por terceiros.

§ 1º Para os fins previstos nesta Instrução Normativa, será considerada como empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário, conforme disposto no inciso VII, do *caput*, aquela que em seu ato constitutivo apresente como atividade econômica principal ou secundária as atividades classificadas nas seguintes subclasses de Código Nacional de Atividade Econômica - CNAE:

I - 5911-1/99 - atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente;

II - 5911-1/02 - produção de filmes para publicidade;

III - 5912-0/99 - atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente;

IV - 60.22-5/01 - programadoras; ou

V - 60.21-7/00 - atividades de televisão aberta.

§ 2º A pedido do requerente, será concedido prazo de 30 (trinta) dias para atualização nos termos do § 1º, ficando habilitado o registro de obra publicitária brasileira na vigência do prazo.

§ 3º O não atendimento das providências estabelecidas no § 2º, implicará no reenquadramento do registro como obra publicitária estrangeira.

§ 4º Para os fins do inciso XIV do *caput*, considera-se realizada no exterior a obra em que a etapa de filmagem ou gravação de imagens tenha sido realizada em parte ou totalmente no exterior.

§ 5º Para os fins do § 4º, caso o conteúdo, resultado da filmagem ou gravação de imagens realizadas no exterior, seja igual ou inferior a 20% (vinte por cento) do tempo total de duração da obra, a mesma poderá ser classificada como brasileira filmada ou gravada no Brasil.

§ 6º No caso de obra publicitária brasileira filmada ou gravada no Brasil ou no exterior, não se admite coprodução com agente econômico estrangeiro.

CAPÍTULO II

DO REGISTRO E CLASSIFICAÇÃO DAS OBRAS

Art. 3º É obrigatório o registro do título de obra audiovisual publicitária previamente à sua comunicação pública para o segmento de mercado audiovisual ao qual se destina.

§ 1º O título da obra audiovisual publicitária somente será considerado registrado após o recebimento dos documentos e informações previstos nos artigos 10 e 11 desta Instrução Normativa, além da confirmação do pagamento da correspondente Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional - CONDECINE.

§ 2º A emissão do número do Certificado de Registro de Título - CRT se dará:

I - automaticamente, após o envio do requerimento de registro, no caso de obra audiovisual publicitária brasileira; ou

II - automaticamente, após o envio do requerimento de registro e a confirmação do pagamento da correspondente CONDECINE, no caso de obra audiovisual publicitária estrangeira, conforme estabelecido no art. 25 da [Medida Provisória n.º 2.228-1, de 6 de setembro de 2001](#).

§ 3º Após a solicitação do registro do título, a obra cinematográfica ou obra videofonográfica publicitária brasileira poderá ser exibida ou comercializada, devendo ser retirada de exibição ou ser suspensa sua comercialização, caso seja constatado o não pagamento da CONDECINE ou o fornecimento de informações incorretas.

Art. 4º A obra publicitária será classificada como:

I - brasileira filmada ou gravada no Brasil;

II - brasileira filmada ou gravada no exterior; ou

III - estrangeira.

Art. 5º No caso de obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no Brasil ou no exterior, fica autorizado o uso de conteúdos audiovisuais não produzidos por empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário em até 20% (vinte por cento) do tempo total de duração da obra.

§ 1º Não são considerados produzidos por empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário os conteúdos audiovisuais adquiridos de agentes econômicos estrangeiros ou por eles cedidos gratuitamente.

§ 2º Para efeito do § 1º, são considerados produzidos por agentes econômicos estrangeiros os bancos de vídeos e plataformas de vídeos internacionais.

§ 3º A utilização de imagens estáticas, cenas dinâmicas ou planos em movimento, como plano de fundo em obra audiovisual não será computada no cálculo do limite estabelecido no *caput*.

§ 4º Para fins do § 3º, é imprescindível que ocorra em primeiro plano uma produção audiovisual principal, com equipe técnica e artística brasileira envolvida, sendo as imagens estáticas, cenas dinâmicas ou planos em movimento, apenas composição do cenário.

§ 5º Excepcionalmente, no caso de obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no Brasil, fica dispensado o cumprimento do limite estabelecido no *caput* quando se tratar de:

I - obras publicitárias de caráter beneficente e/ou filantrópico; ou

II - obras publicitárias destinadas à oferta, por empresa brasileira, de:

a) serviços de venda de ingressos para eventos artísticos, culturais ou esportivos internacionais realizados no Brasil; ou

b) pacotes para destinos e atrações turísticas no exterior.

Art. 6º Admite-se a codireção de obras publicitárias brasileiras, desde que todos os diretores sejam brasileiros ou estrangeiros residentes no País há mais de 3 (três) anos.

Parágrafo único. Exclusivamente no caso de obra publicitária brasileira filmada ou gravada no Brasil, admite-se a codireção com diretor estrangeiro não residente no País há mais de 3 (três) anos, desde que observadas as seguintes condições:

I - ao menos 1 (um) dos diretores deve ser brasileiro ou estrangeiro residente no Brasil há mais de 3 (três) anos e deve ter, no mínimo, 5 (cinco) obras publicitárias brasileiras registradas na ANCINE na qual conste como único diretor; e

II - a produtora brasileira deve possuir registro na ANCINE há pelo menos 5 (cinco) anos e possuir registradas sob a sua titularidade ao menos 60 (sessenta) obras audiovisuais publicitárias brasileiras.

Art. 7º A obra audiovisual publicitária estrangeira, de qualquer forma direcionada ao público brasileiro, só poderá ser comunicada publicamente no País, em qualquer segmento de mercado, devidamente adaptada à língua portuguesa falada e escrita no Brasil, inclusive para fins do cumprimento das

exigências de oferta e apresentação de produtos e serviços previstas no art. 31 da [Lei n.º 8.078, de 11 de setembro de 1990 \(Código de Defesa do Consumidor - CDC\)](#).

§ 1º Considerar-se-á direcionada ao público brasileiro a obra audiovisual publicitária que realize publicidade, propaganda, exposição ou oferta de produto entregue em território brasileiro, ou de serviço prestado para consumidor domiciliado no Brasil, ainda que sua compra ou contratação se dê no exterior.

§ 2º Os serviços prestados para realização da adaptação da obra audiovisual estrangeira deverão ser realizados por empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário registrada na ANCINE.

Art. 8º Para fins de aferição da proporção da quantidade de artistas e técnicos brasileiros ou estrangeiros residentes no Brasil utilizados na produção de obra audiovisual publicitária, em qualquer caso, serão considerados exclusivamente aqueles destacados nas seguintes funções: ator, roteirista, produtor executivo, diretor de produção, assistente de direção, diretor de fotografia, operador de câmera, diretor de arte, produtor de objetos, cenógrafo, cenotécnico, coreógrafo, figurinista, aderecista, maquiador, colorista, técnico de som direto, técnico de efeitos especiais, eletricitista chefe, maquinista chefe, editor/montador, técnico de finalização de imagem, diretor de animação, diretor de arte (animação), supervisor de modelagem (animação), animador, modelador 3D (animação), diretor de fotografia 3D (animação), designer gráfico (animação), diretor de gravação de voz, locutor, compositor de trilha original, desenhista de som, editor de som e mixador de som.

§ 1º Excepcionalmente, poderão ser considerados os cargos de assistente das funções elencadas no *caput* e outras funções técnicas e artísticas, mediante solicitação fundamentada apresentada à unidade organizacional responsável previamente à realização do registro da obra.

§ 2º Não serão considerados como membros da equipe artística e técnica os serviços de figuração de elenco e serviços gerais, como segurança, limpeza, transporte, alimentação, ajudante, apoio meramente administrativo, entre outros, que não guardem valor técnico e artístico na atividade de produção audiovisual.

§ 3º Para a contagem da equipe artística e técnica será considerado o quantitativo de pessoas, independente do eventual acúmulo de funções.

§ 4º No caso de obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no exterior, a função de direção deve ser desempenhada exclusivamente por brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de 3 (três) anos, que deve participar de todas as etapas das filmagens ou gravações da obra, inclusive aquelas realizadas no exterior.

CAPÍTULO III

DOS PROCEDIMENTOS DE REGISTRO

Art. 9º O registro do título da obra audiovisual publicitária deverá ser requerido exclusivamente:

I - pela empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário, no caso de obra brasileira;

II - pelo detentor do direito de comunicação pública, no caso de obra estrangeira; ou

III - pelo representante legal e obrigatório da programadora estrangeira no Brasil, no caso previsto no inciso II do art. 18 desta Instrução Normativa.

Art. 10. O requerimento de registro da obra audiovisual publicitária original deverá ser realizado por meio eletrônico, no Portal da ANCINE, contendo no mínimo as seguintes informações:

I - título;

II - produto, bem ou serviço anunciado;

III - anunciante;

IV - agência de publicidade;

V - tipo;

VI - duração;

VII - ano de produção ou importação;

VIII - segmento de mercado audiovisual a que se destine; e

IX - dados específicos conforme a classificação da obra audiovisual:

a) no caso de obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no Brasil: empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário, diretor(a), equipe de produção, e dados relativos à utilização de conteúdos audiovisuais produzidos por terceiros, quando for o caso;

b) no caso de obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no exterior: empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário, diretor(a), equipe de produção, dados relativos à utilização de conteúdos audiovisuais produzidos por terceiros, quando for o caso, e país de gravação ou filmagem; e

c) no caso de obra audiovisual publicitária estrangeira: empresa produtora, diretor(a) e equipe responsáveis pela adaptação ao idioma português do Brasil, e país de origem.

Art. 11. O requerimento de registro deverá ser acompanhado de envio eletrônico de cópia dos seguintes documentos:

I - no caso de obra audiovisual publicitária brasileira:

a) cópia do contrato de produção ou instrumento equivalente capaz de comprovar a relação jurídica contratual entre a empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário e o contratante;

b) cópia da nota fiscal ou documento de natureza contábil equivalente capaz de atestar o efetivo recebimento dos valores relativos aos serviços de produção;

c) cópia(s) do(s) contrato(s) firmado(s) com o(s) diretor(es) da obra ou instrumento(s) equivalente(s) capaz(es) de comprovar a relação jurídica contratual entre a empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário e o(s) diretor(es); e

d) cópia do contrato de cessão de direitos, ou documento equivalente, no caso de utilização de conteúdos audiovisuais produzidos por terceiros.

II - no caso de obra audiovisual publicitária estrangeira:

a) cópia do contrato firmado com empresa responsável pela adaptação da obra ou instrumento equivalente capaz de comprovar a relação jurídica contratual entre a empresa responsável pela adaptação e o contratante; e

b) cópia da nota fiscal ou documento de natureza contábil equivalente capaz de atestar o efetivo recebimento dos valores relativos aos serviços de adaptação.

Art. 12. Além da documentação prevista no art. 11 desta Instrução Normativa, a empresa produtora ou detentora da autorização para comunicação pública no País deverá manter a seguinte documentação em arquivo pelo prazo de 5 (cinco) anos, a contar da data de requerimento do registro da obra, período em que a ANCINE poderá solicitar sua apresentação para fins de verificação do registro:

I - no caso de obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no Brasil:

a) cópia da obra;

b) ficha técnica da obra;

c) roteiro da obra;

d) orçamento detalhado da obra;

e) cópia dos contratos firmados com artistas e técnicos utilizados na produção da obra, empregados nas funções especificadas no art. 8º desta Instrução Normativa, ou instrumento(s) equivalente(s) capaz(es) de comprovar a relação jurídica contratual entre a empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário e os citados artistas e técnicos; e

f) cópia de documento de identidade do(s) diretor(es) e dos artistas e técnicos utilizados na produção da obra, empregados nas funções especificadas no art. 8º desta Instrução Normativa.

II - no caso de obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no exterior:

a) cópia da obra;

b) roteiro da obra;

c) orçamento detalhado da obra;

d) cópia dos contratos firmados com artistas e técnicos utilizados na produção da obra, empregados nas funções especificadas no art. 8º desta Instrução Normativa, ou instrumento(s) equivalente(s) capaz(es) de comprovar a relação jurídica contratual entre a empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário e os citados artistas e técnicos;

e) cópia dos cartões de embarque e das faturas de hotel ou similares relativos ao transporte e hospedagem de diretor(es), artistas e técnicos brasileiros utilizados na produção da obra;

f) cópia de documento de identidade do(s) diretor(es) e dos artistas e técnicos utilizados na produção da obra, empregados nas funções especificadas no art. 8º desta Instrução Normativa; e

g) comprovante de execução de despesas no exterior na compra de mercadorias ou contratação de serviços relacionados à produção da obra.

III - no caso de obra audiovisual publicitária estrangeira:

a) cópia da obra original e sua(s) adaptação(ões);

b) ficha técnica da obra; e

c) cópia do contrato de autorização para comunicação pública da obra.

Parágrafo único. A ANCINE poderá exigir, a qualquer tempo, desde que motivadamente, o envio de documentos e informações adicionais que comprovem os dados constantes no registro, ou que se tornarem necessários ao exercício de sua atividade reguladora, observando-se a razoabilidade e proporcionalidade das exigências.

Art. 13. As versões de obra audiovisual publicitária serão consideradas um só título juntamente com a obra original para efeito do pagamento da CONDECINE, e ficam limitadas a:

I - 5 (cinco), no caso de obras audiovisuais publicitárias em geral; e

II - 50 (cinquenta), no caso de obras audiovisuais publicitárias destinadas ao varejo.

§ 1º O número de versões desejado deverá ser informado no momento do requerimento de registro da obra audiovisual publicitária original.

§ 2º Caso a requerente necessite de mais versões do que o limite estabelecido no *caput*, deverá realizar registro(s) de título(s) adicional(is) da obra original até atingir o número de versões desejado.

§ 3º Caso existam, os episódios de obras audiovisuais que se enquadrem na definição de Televenda ou Infomercial serão considerados versões da obra original.

Art. 14. As obras que se enquadrem na definição de obra audiovisual do tipo televenda ou infomercial serão consideradas obras audiovisuais publicitárias destinadas ao varejo, para efeito do número máximo de versões associadas a cada título registrado.

Parágrafo único. Para fins de registro, no caso de canais de programação dedicados exclusivamente à comunicação pública de obras do tipo televenda/infomercial, quando for impossível distinguir os limites entre cada obra no conteúdo audiovisual comunicado, será considerado como obra única o conteúdo veiculado em um período de 24 (vinte e quatro) horas corridas, contadas a partir das 0h00m (zero horas e zero minutos) de cada dia.

Art. 15. Desde que com autorização motivada, prévia e expressa da ANCINE, mediante justificativa explícita do agente econômico, poderão ser aceitos registros e documentos em formatos diferentes do modelo padrão.

Art. 16. Estão desobrigados do requerimento de registro na ANCINE:

I - as chamadas dos programas e a publicidade de obras audiovisuais;

II - a obra audiovisual de propaganda política;

III - a obra audiovisual publicitária destinada à comunicação pública exclusiva em mostras e festivais previamente autorizados pela ANCINE;

IV - a obra audiovisual publicitária incluída em programação internacional de que trata o inciso XIV do art. 1º da [Medida Provisória n.º 2228-1, de 6 de setembro de 2001](#), desde que não seja de qualquer forma direcionada ao público brasileiro;

V - a obra audiovisual publicitária destinada exclusivamente à exportação ou para inclusão em programação brasileira transmitida para o exterior; e

VI - as obras publicitárias da Anatel, das Forças Armadas, da Polícia Federal, das Polícias Militares, da Polícia Rodoviária Federal, das Polícias Civis e dos Corpos de Bombeiros Militares.

§ 1º A regra do *caput* será aplicada apenas para as obras que incluam na claquete de identificação os seguintes números de registro de título identificador, específicos para cada tipo de obra:

I - 19001000010003, para chamadas dos programas e a publicidade de obras audiovisuais;

II - 19002000010004, para a obra audiovisual de propaganda política;

III - 19003000010005, para a obra audiovisual publicitária destinada à comunicação pública exclusiva em mostras e festivais previamente autorizados pela ANCINE;

IV - 19004000010006, para obra audiovisual publicitária incluída em programação internacional de que trata o inciso XIV do art. 1º da [Medida Provisória n.º 2228-1, de 6 de setembro de 2001](#), desde que não seja de qualquer forma direcionada ao público brasileiro;

V - 19005000010007, para a obra audiovisual publicitária destinada exclusivamente à exportação ou para inclusão em programação brasileira transmitida para o exterior; e

VI - 19005000010007, para as obras publicitárias da Anatel, das Forças Armadas, da Polícia Federal, das Polícias Militares, da Polícia Rodoviária Federal, das Polícias Civis e dos Corpos de Bombeiros Militares.

§ 2º As chamadas dos eventos do tipo mostras e festivais, desde que previamente autorizados pela ANCINE, podem ser veiculadas com o número de registro de título identificador previsto no inciso I do § 1º do *caput*.

CAPÍTULO IV

DA CLAQUETE DE IDENTIDADE

Art. 17. Na claquete de identificação da obra audiovisual publicitária original e de suas versões deverão constar as seguintes informações:

I - título:

a) da obra audiovisual publicitária, em se tratando de obra original; ou

b) da obra audiovisual publicitária original da qual derive, seguido da expressão “versão nº”, acompanhada do número serial que indique sua ordem de produção;

II - produto, bem ou serviço anunciado;

III - anunciante;

IV - agência de publicidade;

V - tipo;

VI - segmento de mercado audiovisual a que se destine;

VII - número do CRT:

a) da obra original; ou

b) específico para cada versão, contendo a indicação de sua posição na quantidade total contratada, conforme fornecido pela ANCINE;

VIII - nome da empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário responsável pela produção ou adaptação da obra, ou da empresa detentora dos direitos de exploração comercial;

IX - CNPJ da empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário responsável pela produção ou adaptação da obra, ou da empresa detentora dos direitos de exploração comercial; e

X - ano de produção da obra brasileira ou ano de registro da obra estrangeira no País.

CAPÍTULO V

DO FATO GERADOR E RECOLHIMENTO DE CONDECINE

Art. 18. A CONDECINE incidente sobre obras audiovisuais publicitárias, conforme disposto na [Medida Provisória n.º 2.228-1, de 6 de setembro de 2001](#), terá por fato gerador:

I - a veiculação, a produção, o licenciamento e a distribuição de obras audiovisuais publicitárias com fins comerciais, por segmento de mercado a que forem destinadas; ou

II - a veiculação ou distribuição de obra audiovisual publicitária incluída em programação internacional de que trata o inciso XIV do art. 1º da [Medida Provisória n.º 2228-1, de 6 de setembro de 2001](#), nos casos em que existir participação direta de agência de publicidade brasileira.

Art. 19. A CONDECINE será devida pelos seguintes sujeitos passivos:

I - empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário, no caso de obra audiovisual publicitária brasileira;

II - detentor dos direitos de licenciamento para comunicação pública no País, no caso de obra audiovisual publicitária estrangeira; ou

III - representante legal e obrigatório da programadora estrangeira no País, na hipótese prevista no inciso II do art. 18 desta Instrução Normativa.

Parágrafo único. A pessoa física ou jurídica que promover a exibição, transmissão, difusão ou veiculação de obra audiovisual publicitária que não tenha sido objeto do recolhimento da CONDECINE responde solidariamente por essa contribuição.

Art. 20. A CONDECINE será devida uma vez a cada 12 (doze) meses, por título de obra audiovisual publicitária, por segmento de mercado audiovisual em que seja comunicada publicamente, observando-se os termos do § 5º do art. 33 da [Medida Provisória n.º 2.228-1, de 6 de setembro de 2001](#).

§ 1º Os segmentos de mercado audiovisual são os seguintes:

I - salas de exibição;

II - radiodifusão de sons e imagens;

III - comunicação eletrônica de massa por assinatura;

IV - vídeo doméstico; e

V - outros mercados.

§ 2º Entende-se por outros mercados os seguintes segmentos:

I - audiovisual em transporte coletivo; e

II - audiovisual em circuito restrito.

§ 3º A veiculação, o licenciamento e a distribuição da obra após o período de validade da CONDECINE implicará a obrigatoriedade de realizar novo registro de título da mesma obra publicitária e o recolhimento de nova contribuição.

Art. 21. O recolhimento da CONDECINE deverá ser efetuado na rede bancária por meio de Guia de Recolhimento da União - GRU, emitida pela ANCINE.

§ 1º A CONDECINE deverá ser recolhida no prazo de até 10 (dez) dias corridos após a data do requerimento do registro.

§ 2º O recolhimento da CONDECINE após a data de vencimento implicará acréscimos moratórios legais e sujeitará o requerente às penalidades cabíveis, conforme disposto em Instrução Normativa específica.

§ 3º Na hipótese de o dia do vencimento da GRU coincidir com sábado, domingo ou feriado, o termo final será prorrogado para o dia útil imediatamente posterior ao vencimento.

CAPÍTULO VI

DAS ISENÇÕES DO RECOLHIMENTO E REDUÇÕES DA CONDECINE

Art. 22. São isentas do recolhimento da CONDECINE:

I - a obra audiovisual publicitária de pequena veiculação;

II - as chamadas de programas;

III - a publicidade de obras audiovisuais;

IV - a obra audiovisual de propaganda política;

V - a obra audiovisual publicitária brasileira de caráter beneficente ou filantrópico;

VI - a obra audiovisual publicitária destinada à exibição exclusiva em mostras e festivais previamente autorizados pela ANCINE;

VII - a obra audiovisual publicitária brasileira destinada exclusivamente à exportação ou para inclusão em programação brasileira transmitida para o exterior;

VIII - as hipóteses previstas pelo inciso II do art. 18 desta Instrução Normativa, quando ocorrer o fato gerador de que trata o inciso I do art. 18 desta Instrução Normativa em relação à mesma obra audiovisual publicitária, para o segmento de mercado de comunicação eletrônica de massa por assinatura; e

IX - a Anatel, as Forças Armadas, a Polícia Federal, as Polícias Militares, a Polícia Rodoviária Federal, as Polícias Civis e os Corpos de Bombeiros Militares.

Art. 23. Os valores da CONDECINE ficam reduzidos a 10% (dez por cento), quando se tratar de obra publicitária brasileira realizada por microempresa ou empresa de pequeno porte, segundo as definições do art. 3º da Lei Complementar n.º 123, de 14 de dezembro de 2006, e cujo custo não seja superior a R\$ 10.000,00 (dez mil reais).

§ 1º Para fins do disposto no *caput*, devem ser contabilizados no custo todo e qualquer aporte financeiro ou investimento, realizado pela produtora ou por terceiros de qualquer natureza, em todas as etapas de produção da obra, incluindo:

I - em conteúdo produzido sob encomenda da própria produtora, da agência ou do anunciante que passe a integrar a obra audiovisual finalizada;

II - na contratação de talentos participantes da obra; e

III - na aquisição de conteúdo audiovisual proveniente de banco de imagens que passe a integrar a obra finalizada.

§ 2º Não estão incluídos no custo de produção, para os fins do *caput*, conteúdos audiovisuais relacionados ao objeto da ação publicitária fornecidos por terceiros, que não tenham sido produzidos

especificamente para a obra audiovisual publicitária brasileira, tais como material de arquivo ou acervo institucional.

§ 3º A ANCINE poderá exigir, a qualquer tempo, desde que motivadamente, o envio de documentos e informações adicionais que comprovem o custo de produção da obra, observando-se a razoabilidade e proporcionalidade das exigências.

CAPÍTULO VII

DA RETIFICAÇÃO E CANCELAMENTO DO REGISTRO

Art. 24. O requerente poderá solicitar a retificação ou o cancelamento de qualquer título por ele registrado.

Art. 25. A análise do pedido de retificação pela ANCINE depende do envio dos seguintes documentos e informações:

I - formulário disponível no Portal da ANCINE, onde conste a fundamentação do pedido de retificação e a anuência da agência de publicidade e do anunciante; e

II - contrato de produção ou termo aditivo ao contrato de produção.

Art. 26. A análise do pedido de cancelamento pela ANCINE depende do envio dos seguintes documentos e informações:

I - formulário disponível no Portal da ANCINE, onde conste a fundamentação do pedido de cancelamento e a anuência da agência de publicidade e do anunciante;

II - número do CRT substituto válido, nos casos de duplicidade de registro; e

III - nota fiscal cancelada, distrato do contrato de produção, ou documento equivalente, que comprove a desistência de veiculação ou de produção.

Art. 27. Para apreciação do requerimento de retificação ou cancelamento, a ANCINE poderá requerer informações e documentos complementares.

Art. 28. O registro será restaurado caso se comprove a qualquer tempo a improcedência da retificação ou do cancelamento realizados, produzindo seus efeitos desde a data de sua primeira emissão.

CAPÍTULO VIII

DA RESTITUIÇÃO DA CONDECINE

Art. 29. O requerente poderá solicitar a restituição da CONDECINE recolhida, mediante formulário disponível no Portal da ANCINE, nos seguintes casos:

I - cancelamento de registro que foi objeto de recolhimento de CONDECINE; ou

II - retificação que tenha gerado crédito tributário.

§ 1º O requerimento de restituição deverá ser instruído com cópia da GRU e do comprovante de pagamento.

§ 2º A restituição somente será processada se os dados bancários informados estiverem em nome da empresa requerente do registro cancelado ou retificado.

CAPÍTULO IX

DA IRREGULARIDADE E REENQUADRAMENTO DO REGISTRO

Art. 30. Com a observância do devido processo administrativo de que trata a [Lei n.º 9.784, de 29 de janeiro de 1999](#), a ANCINE poderá tornar irregular e posteriormente reenquadrar o registro de título da obra audiovisual publicitária quando verificada inconsistência na documentação apresentada no ato do requerimento, e quando o requerente não atender, de forma satisfatória e no prazo de 30 (trinta) dias corridos, às diligências encaminhadas.

§ 1º Salvo em casos de comprovada má-fé, a decisão de irregularidade ou reenquadramento somente será possível no prazo de 5 (cinco) anos a contar da data de emissão do CRT.

§ 2º Os efeitos da irregularidade ou do reenquadramento dar-se-ão a partir da data de emissão do respectivo registro.

§ 3º Ficam preservados os atos administrativos expedidos até a data da decisão definitiva de irregularidade ou reenquadramento pela ANCINE, em favor de terceiros que não tenham dado causa à irregularidade ou ao reenquadramento do registro.

§ 4º Será automaticamente tornado irregular o requerimento de registro cujo pagamento da CONDECINE não for realizado no prazo.

CAPÍTULO X

DO PROCEDIMENTO DE RECURSO ADMINISTRATIVO

Art. 31. Caberá recurso contra decisão referente à retificação, cancelamento, reenquadramento ou irregularidade do registro, que deve ser apresentado no prazo de 30 (trinta) dias, contados da ciência da decisão pela parte interessada.

§ 1º O recurso e a revisão administrativa obedecem ao disposto na [Lei n.º 9.784, de 29 de janeiro de 1999](#).

§ 2º As instâncias recursais estão definidas no Regimento Interno da ANCINE, cabendo à Diretoria Colegiada da Agência a decisão definitiva.

§ 3º O prazo recursal será suspenso no caso de pedido de vistas ou cópias dos autos do processo administrativo, voltando a correr no dia útil seguinte à sua efetiva disponibilização ao interessado.

CAPÍTULO XI

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS E TRANSITÓRIAS

Art. 32. O registro não implica reconhecimento em favor do requerente, de quaisquer direitos autorais, sejam eles morais ou patrimoniais sobre a obra.

Art. 33. No que couber, aplicam-se a esta Instrução Normativa as disposições da [Lei n.º 9.784, de 29 de janeiro de 1999](#), que regula o processo administrativo no âmbito da Administração Pública Federal.

Art. 34. A ANCINE poderá proceder à revisão do registro efetivado no prazo de até 5 (cinco) anos, a contar da data de requerimento do registro da obra.

Art. 35. A constatação de quaisquer irregularidades no registro de uma obra ou no recolhimento do valor da CONDECINE correspondente poderá acarretar instauração de processo administrativo para apuração de descumprimento de obrigação legal e aplicação da penalidade cabível, nos termos definidos em Instrução Normativa específica, observados os direitos do regulado ao contraditório à ampla defesa.

Art. 36. O registro poderá ser suspenso por determinação legal ou decisão judicial que impeça temporariamente a comunicação pública da obra audiovisual publicitária.

Parágrafo único. A suspensão será mantida enquanto durarem os efeitos da determinação legal ou decisão judicial que a motivou.

Art. 37. Caso se verifique a veiculação, licenciamento ou distribuição da obra cujo registro tenha sido cancelado, suspenso ou esteja irregular, será instaurado processo administrativo para apuração de descumprimento de obrigação legal e aplicação das penalidades cabíveis, nos termos definidos em Instrução Normativa específica, observados os direitos do regulado ao contraditório e à ampla defesa.

Art. 38. Ficam revogados:

I - a [Instrução Normativa ANCINE n.º 95, de 8 de dezembro de 2011](#);

II - a [Instrução Normativa ANCINE n.º 98, de 15 de maio de 2012](#);

III - o art. 62 da [Instrução Normativa ANCINE n.º 100, de 29 de maio de 2012](#);

IV - os artigos 6º e 7º da [Instrução Normativa ANCINE n.º 101, de 29 de maio de 2012](#);

V - os artigos 41, 42 e 43, da [Instrução Normativa ANCINE n.º 105, de 10 de julho de 2012](#);

VI - os artigos 1º, 2º e 3º da [Instrução Normativa ANCINE n.º 134, de 9 de maio de 2017](#); e

VII - a [Instrução Normativa ANCINE n.º 147, de 22 de janeiro de 2019](#).

Art. 39. Esta Instrução Normativa entra em vigor em 1º de março de 2025.

ALEX BRAGA

Diretor-Presidente

Este texto não substitui o publicado no DOU de 31.01.2025