

**INSTRUÇÃO NORMATIVA 95, de 08 de dezembro de 2011.**

Dispõe sobre o procedimento de registro de obra audiovisual publicitária.

A DIRETORIA COLEGIADA DA AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA - ANCINE, em sua 422^a Reunião de Diretoria Colegiada, de 08 de dezembro de 2011, no uso de suas atribuições e tendo em vista o disposto nos artigos 1º, 21, 25, 28, 29, 32, caput, incisos e §§ 1º e 3º do artigo 33, incisos II e V do artigo 35, inciso III do artigo 36, artigos 37 e 38, e caput e inciso I, III, IV, V, VIII do artigo 39 da Medida Provisória nº 2.228-1, de 06 de setembro de 2001, com as alterações introduzidas pela Lei nº 10.454, de 13 de maio de 2002, Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, e Medida Provisória nº 545, de 29 de setembro de 2011.

RESOLVE:**Capítulo I – Das Definições**

Art. 1º Para fins desta Instrução Normativa entende-se como:

I – **Agente Econômico Brasileiro**: pessoa natural cuja nacionalidade seja brasileira e/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 de exploração comercial da obra audiovisual tendo por objeto a outorga de autorização (licença) para comunicação pública.

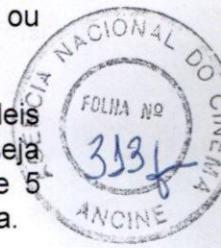
IV – **Canal de Programação**: resultado da atividade de programação que consiste no arranjo de conteúdos audiovisuais organizados em seqüência linear temporal com horários predeterminados.

V – **Chamadas de Programas Televisivos**: obra audiovisual de autopromoção, produzida ou encomendada pela própria empresa programadora ou radiodifusora para informar sua programação ou promover seus conteúdos audiovisuais.

VI – **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, difusão.

VII – **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.



VIII – **Empresa Produtora Brasileira**: 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.

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 nº 9.096/1995, e a obra audiovisual publicitária destinada à divulgação de candidatos a cargos públicos durante o período eleitoral (propaganda eleitoral), nos termos da Lei nº 9.504/1997.

X – **Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Brasil**: obra audiovisual publicitária que atende ao critério exposto no artigo 1º, inciso XVII da Medida Provisória 2.228-1/01: "que seja produzida por empresa produtora brasileira registrada na Ancine, observado o disposto no §2º, 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 residentes no Brasil há mais de 5 (cinco) anos".

XI – **Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Exterior**: obra audiovisual publicitária que se enquadra na definição expressa no artigo 1º, inciso XVIII da Medida Provisória 2.228-1: "aquela, realizada no exterior, produzida por empresa produtora brasileira registrada na Ancine, observado o disposto no §2º, 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 residentes no Brasil há mais de 5 (cinco) anos".

XII – **Obra Audiovisual Publicitária Brasileira**: obra audiovisual publicitária que atenda os critérios estabelecidos no inciso XVII ou no inciso XVIII do artigo 1º da Medida Provisória 2.228-1/01.

XIII – **Obra Audiovisual Publicitária de Caráter Beneficente e/ou Filantrópico**: obra audiovisual publicitária sem finalidade lucrativa por parte do anunciente, que divulgue atividade referente ao auxílio aos carentes, sem finalidade lucrativa, notadamente de apoio e proteção à família, à maternidade, à infância, à adolescência, ao idoso, à habilitação e reabilitação das pessoas portadoras de deficiência e à promoção de sua reintegração à vida comunitária, inclusive as de cunho educacional e as da área de saúde pública.

XIV – **Obra Audiovisual Publicitária de Pequena Veiculação**: obra audiovisual publicitária cuja circulação seja restrita a municípios que possuam individualmente no máximo 1 milhão de habitantes, de acordo com os dados do último anuário estatístico do IBGE.

XV – **Obra Audiovisual Publicitária destinada ao Varejo**: Obra Audiovisual destinada a publicidade e propaganda, exposição ou oferta de produtos à venda sem transformação significativa, diretamente para o consumidor final para uso pessoal e não comercial.

XVI – **Obra Audiovisual Publicitária Estrangeira**: obra audiovisual publicitária que não se enquadra na definição de obra audiovisual publicitária brasileira.

XVII – **Obra Audiovisual Publicitária Original**: obra audiovisual publicitária de conteúdo original que não é derivada de uma outra, podendo ser única ou matriz de outras versões, comunicada publicamente de forma integral nos segmentos de mercado para o qual foi licenciada.

XVIII – **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.



XIX – **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.

XX – **Publicidade de Obras Audiovisuais**: obra audiovisual publicitária destinada a promover ou ofertar uma outra obra audiovisual.

XXI – **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.

XXII – **Segmento de Mercado Audiovisual – Audiovisual em Mídias Móveis**: 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, com qualidade de serviço garantida por rede dedicada, ofertados ao consumidor final para fruição em aparelhos de comunicação móvel pessoal.

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 – Comunicação Eletrônica de Massa por Assinatura**: serviço de acesso condicionado que consiste no serviço de telecomunicações de interesse coletivo prestado no regime privado, cuja recepção é condicionada à contratação remunerada por assinantes e destinado à distribuição de conteúdos audiovisuais na forma de pacotes, de canais nas modalidades avulsa de programação e avulsa de conteúdo programado e de canais de distribuição obrigatória, por meio de tecnologias, processos, meios eletrônicos e protocolos de comunicação quaisquer.

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 – Segmento de Mercado Audiovisual – Vídeo por Demanda: conjunto de atividades encadeadas, realizadas por um ou vários agentes econômicos, necessárias à prestação dos serviços de oferta de um conjunto de obras audiovisuais na forma de catálogo, com linha editorial própria, para fruição por difusão não-linear, em horário determinado pelo consumidor final em aparelhos de recepção audiovisual fixo, de forma onerosa.

XXIX – 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.

XXX – Televenda/Infomercial: oferta de produtos ou serviços realizada, na forma de conteúdo audiovisual, em troca de pagamento e difundida diretamente ao público, sendo ou não apresentada no formato de programas televisivos ou de comerciais de qualquer duração.

XXXI – 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 a substituição da imagem do objeto anunciado ou letreiros;
- b) ser produzida sob o mesmo contrato de produção, registrado para a obra;
- c) ser baseada no mesmo roteiro e argumento da obra audiovisual publicitária original da qual derivou;
- d) ser produzida para o mesmo anunciante, ainda que editada por terceiros;
- e) ser editada em quantidade previamente definida no contrato de produção.

Parágrafo único. Para os fins previstos nesta Instrução Normativa, serão consideradas como empresa produtora, conforme disposto no inciso VIII deste artigo, aquelas que no seu instrumento de constituição ou em alterações contratuais posteriores apresente como atividade econômica principal ou secundária as atividades econômicas classificadas nas subclasse CNAE 5911-1/99 – atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente, 5911-1/02 – produção de filmes para publicidade, 5912-0/01 – serviços de dublagem, 5912-0/02 – serviços de mixagem sonora em produção audiovisual, 5912-0/99 – atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente, 5920-1/00 – atividades de gravação de som e de edição de música, 60.22-5/01 – programadoras, ou 60.21-7/00 – atividades de televisão aberta.

Capítulo II – Do Objeto e Classificação das Obras

Art. 2º É obrigatório o registro de obra audiovisual publicitária previamente à sua comunicação pública para o segmento de mercado audiovisual ao qual se destina.

Parágrafo único: Após o requerimento do registro do título, a obra audiovisual publicitária brasileira poderá ser comunicada publicamente, devendo ser suspensa a sua comunicação pública, caso seja constatado o não pagamento da CONDECINE ou o fornecimento de informações incorretas.

Art. 3º A obra publicitária será classificada como:

- a) Brasileira filmada ou gravada no Brasil, conforme definição do artigo 1º, inciso X desta Instrução Normativa;
- b) Brasileira filmada ou gravada no exterior conforme definição do artigo 1º, inciso XI desta Instrução Normativa; ou
- c) Estrangeira conforme definição do artigo 1º, inciso XVI desta Instrução Normativa;

Art. 4º 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 em até 20% (vinte por cento) do tempo total de duração da obra.

§1º Para os fins previstos no caput, conteúdos audiovisuais adquiridos de agente econômico estrangeiro serão considerados como não produzidos por empresa produtora brasileira.

§2º Para os fins previstos no caput, conteúdos audiovisuais adquiridos de agente econômico brasileiro precisarão ter comprovada a adequação da empresa produtora responsável por sua realização à definição expressa no artigo 1º, inciso VIII desta Instrução Normativa para serem considerados como produzidos por empresa produtora brasileira.

Art. 5º No caso de co-direção, para fins de classificação como obra publicitária brasileira todos os diretores da obra audiovisual devem ser brasileiros ou estrangeiros residentes no País há mais de 3 (três) anos.

Parágrafo único. Excepcionalmente, no caso de obra audiovisual brasileira filmada ou gravada no Brasil, é admitida a co-direção com diretores estrangeiros não residentes no país há mais de três anos desde que observadas as seguintes condições:

- a) Pelo menos 1 (um) dos diretores da obra audiovisual deve ser brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de 3 (três) anos;
- b) A produtora brasileira deve possuir registro na Ancine há pelo menos 5 anos e possuir registrados sob a sua titularidade mais de 300 obras audiovisuais publicitárias brasileiras.

Art. 6º 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 artigo 31 da Lei nº 8.078/1990 (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 registrada na Ancine, sob supervisão de diretor brasileiro ou estrangeiro residente no país há mais de três anos contratado para tal e utilizar no mínimo 2/3 (dois terços) do total de profissionais brasileiros ou estrangeiros residentes no Brasil há mais de 05 anos.

Art. 7º 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, eletricista 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, a critério da Diretoria Colegiada, poderão ser considerados os cargos de assistente das funções elencadas no caput deste artigo e outras funções técnicas e artísticas.

§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 considerada o quantitativo de pessoas, independente do eventual acúmulo de funções.

Art. 8º As obras audiovisuais que se enquadrem na definição de Televenda/Infomercial, conforme expressa no inciso XXX do artigo 1º desta Instrução Normativa serão consideradas obras audiovisuais publicitárias.

Parágrafo único. Para fins de registro, no caso de canais de programação dedicados exclusivamente a comunicação pública deste tipo de obra, no qual seja impossível distinguir, no conteúdo audiovisual comunicado, os limites entre cada obra, será considerado como obra única, o conteúdo audiovisual comunicado publicamente em um período de 24 horas corridas contados a partir das 0h00m (zero horas e zero minutos) de cada dia.

Art. 9º A obra audiovisual publicitária em língua portuguesa, legendada em português ou de qualquer forma direcionada ao público brasileiro, conforme definição do §1º do artigo 6º desta Instrução Normativa, destinada ao segmento de mercado de Comunicação Eletrônica de Massa por Assinatura, com sua comunicação pública contratada no exterior, deverá ter a intermediação obrigatória de agência de publicidade brasileira.

Capítulo III – Dos Procedimentos de Registro

Art. 10. O registro do título da obra audiovisual publicitária deverá ser requerido exclusivamente pela empresa produtora, no caso de obra brasileira; pelo detentor do licenciamento para comunicação pública, no caso de obra estrangeira; ou, pelo representante legal e obrigatório da programadora estrangeira no Brasil, no caso previsto no inciso II do artigo 22 desta Instrução Normativa.

Art. 11. O requerimento de registro da obra audiovisual publicitária original deverá ser realizado por meio eletrônico, através do portal 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 – Dados específicos conforme a classificação da obra audiovisual:

a) No caso de Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Brasil ou no Exterior: empresa produtora, diretor, equipe de produção, dados relativos à utilização de conteúdos audiovisuais produzidos por terceiros (quando for o caso), e país de gravação ou filmagem (no caso de Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Exterior).

b) No caso de Obra Audiovisual Publicitária Estrangeira: empresa produtora, diretor e equipe responsáveis pela adaptação ao idioma português do Brasil, País de origem.

IX – Segmento de mercado audiovisual a que se destine.

Parágrafo único. O requerimento deverá ser acompanhado de envio eletrônico de cópia dos seguintes documentos:

a) no caso de Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Brasil: cópia do contrato de produção, cópia da nota fiscal da produtora, cópia(s) do(s) contrato(s) firmado(s) com o(s) diretor(es) da obra, cópia do contrato de cessão de direitos no caso de utilização de conteúdos audiovisuais produzidos por terceiros.

b) no caso de Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Exterior: cópia da declaração de importação do conteúdo filmado ou gravado no exterior, cópia do contrato de produção, cópia da nota fiscal da produtora, cópia(s) do(s) contrato(s) firmado(s) com o(s) diretor(es) da obra, cópia do contrato de cessão de direitos no caso de utilização de conteúdos audiovisuais produzidos por terceiros.

c) no caso de Obra Audiovisual Publicitária Estrangeira: cópia da declaração de importação; cópia do contrato firmado com empresa responsável pela adaptação da obra, cópia do contrato firmado com o diretor responsável pela adaptação da obra E cópia dos contratos firmados com artistas e técnicos responsáveis por serviços prestados na adaptação da obra, ou cópia das notas fiscais emitidas relativas aos serviços prestados na adaptação da obra.

Art. 12. As versões de obra audiovisual publicitária, conforme definição do artigo 1º, inciso XXXI desta Instrução Normativa, deverão ser informadas no requerimento de registro da obra audiovisual publicitária original da qual derivou.

§1º As versões de obra audiovisual publicitária, serão consideradas um só título juntamente com a obra original, e para efeito do pagamento da CONDECINE, ficam limitadas a:

I – 5 (cinco) no caso de obras audiovisuais publicitárias em geral;

II – 50 (cinqüenta) no caso de obras audiovisuais publicitárias destinadas ao varejo.

§2º Ultrapassado o limite de que trata o §1º, deverá ser solicitado novo registro do título de obra audiovisual publicitária original;



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

Art. 13. No requerimento de registro da obra audiovisual publicitária de caráter benéfico/filantrópico, conforme definição do artigo 1º, inciso XIII desta Instrução Normativa, deverá ser encaminhada cópia da obra em DVD, em até 8 (oito) dias corridos a contar da data do requerimento.

Parágrafo único. A falha no envio da cópia da obra no prazo previsto no caput tornará o registro irregular para todos os fins.

Art. 14. Desde que com autorização motivada, prévia e expressa da Ancine, mediante justificativa explícita do agente econômico, poderão ser aceitos registros em formatos diferentes do modelo padrão.

Art. 15. O registro da obra audiovisual publicitária somente será considerado concluído após o pagamento da correspondente Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional – CONDECINE, conforme tabela apresentada no Anexo I desta Instrução Normativa e emissão do respectivo número do Certificado de Registro de Título – CRT.

Parágrafo único. No caso das obras audiovisuais publicitárias isentas do recolhimento da CONDECINE, o registro será considerado concluído após a emissão do respectivo número do Certificado de Registro de Título – CRT.

Art. 16. As chamadas dos programas e a publicidade de obras audiovisuais veiculadas nos serviços de radiodifusão de sons e imagens, nos serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura e nos segmentos de mercado de salas de exibição e de vídeo doméstico em qualquer suporte; a obra audiovisual de propaganda política; a obra audiovisual publicitária destinada à comunicação pública exclusiva em mostras e festivais, quando previamente comunicada à Ancine nos termos do artigo 17 desta Instrução Normativa; obra audiovisual publicitária incluída em programação internacional de que trata o inciso XIV do Art.1º da Medida Provisória 2228-1/01 desde que não seja de qualquer forma direcionada ao público brasileiro; e a obra audiovisual publicitária destinada exclusivamente à exportação ou para inclusão em programação brasileira transmitida para o exterior estarão desobrigados do requerimento de registro na Ancine, desde que incluam na claque 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 veiculadas nos serviços de radiodifusão de sons e imagens, nos serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura e nos segmentos de mercado de salas de exibição e de vídeo doméstico em qualquer suporte;

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, quando previamente comunicada à Ancine nos termos do artigo 17 desta Instrução Normativa;

IV – 19004000010006 para obra audiovisual publicitária incluída em programação internacional de que trata o inciso XIV do Art.1º da Medida Provisória 2228-1/01 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.

Art. 17. A comunicação pública da obra audiovisual publicitária destinada exclusivamente a mostras e festivais deverá, para fins de isenção da CONDECINE prevista no inciso VII do artigo 28 desta Instrução Normativa, ser autorizada previamente pela Ancine a partir de requerimento apresentado pelo organizador do respectivo evento por meio de formulário disponível no portal Ancine.



Art. 18. A empresa produtora ou detentora da autorização para comunicação pública no país deverá manter a seguinte documentação em arquivo, por 5 (cinco) anos, a contar da data de requerimento do registro da obra, período em que a Ancine poderá requerer sua apresentação, em prazo determinado, para fins de verificação a seguinte documentação:

I – se obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no Brasil: cópia da obra; notas fiscais; ficha técnica; cópia do contrato de produção; cópia(s) do(s) contrato(s) firmado(s) com o(s) diretor(es) da obra; cópia dos contratos firmados com artistas e técnicos utilizados na produção da obra, empregados nas funções especificadas no artigo 7º desta Instrução Normativa;

II – se obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no exterior: cópia da declaração de importação do conteúdo audiovisual filmado ou gravado no exterior; cópia da obra; notas fiscais; ficha técnica; cópia do contrato de produção; cópia(s) do(s) contrato(s) firmado(s) com o(s) diretor(es) da obra; cópia dos contratos firmados com artistas e técnicos utilizados na produção da obra, empregados nas funções especificadas no artigo 7º desta Instrução Normativa; 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; e

III – se obra audiovisual publicitária estrangeira: cópia da declaração de importação da obra, cópia do contrato de autorização para comunicação pública da obra, cópia da obra original e sua(s) adaptação(ões); ficha técnica; cópia do contrato firmado com empresa responsável pela adaptação da obra; cópia do contrato com o diretor responsável pela adaptação; cópia dos contratos firmados com artistas e técnicos responsáveis por serviços prestados na adaptação da obra; e notas fiscais dos serviços de adaptação.

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, nestes casos, a razoabilidade e proporcionalidade das exigências.

Art. 19. A constatação de quaisquer irregularidades no registro de uma obra ou no recolhimento do valor da CONDECINE correspondente poderá acarretar em 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.

Capítulo IV – Da Claque de Identificação

Art. 20. Na claque de identificação da obra audiovisual publicitária original deverão constar as seguintes informações:

I – Título;

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 Certificado de Registro de Título – CRT fornecido pela Ancine;

VIII – Nome empresarial da empresa produtora brasileira ou empresa detentora dos direitos de exploração comercial ou de licenciamento da obra no País;

IX – CNPJ da empresa produtora brasileira ou empresa detentora dos direitos de exploração comercial ou de licenciamento da obra no País;

X – Ano de produção no caso de obra brasileira ou de licenciamento da obra no País, no caso de obra estrangeira.

Art. 21. Na claque de identificação da versão de obra audiovisual publicitária original deverão constar as seguintes informações:

I – Título 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 Certificado de Registro de Título – CRT específico para cada versão, contendo a indicação de sua posição na quantidade total contratada, fornecido pela Ancine;

VIII – Quantidade total de versões definida no contrato de produção conforme informada no requerimento de registro de título à Ancine;

IX – Nome empresarial da empresa produtora brasileira, ou da empresa detentora dos direitos de exploração comercial ou de licenciamento da obra no País;

X – CNPJ da empresa produtora brasileira ou empresa detentora dos direitos de exploração comercial ou de licenciamento da obra no País;

XI – Ano de produção no caso de obra brasileira ou de licenciamento para da obra no País no caso de obra estrangeira.

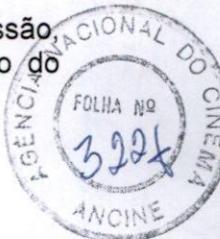
Capítulo V – Do Fato Gerador e Recolhimento de CONDECINE

Art. 22. A Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional – CONDECINE incidente sobre obras audiovisuais publicitárias, conforme disposto na Medida Provisória nº 2.228-1, de 06 de setembro de 2001, terá por fato gerador:

I – veiculação, produção, licenciamento e distribuição de obras audiovisuais publicitárias, por segmento de mercado a que forem destinadas;

II – a veiculação ou distribuição de obra audiovisual publicitária incluída em programação internacional de que trata o inciso XIV do Artigo 1º da Medida Provisória 2228-1/01, nos casos em que existir participação direta de agência de publicidade brasileira.

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. 23. A CONDECINE será devida pelos seguintes sujeitos passivos:

- I – empresa produtora, 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;
- III – representante legal e obrigatório da programadora estrangeira no País, na hipótese prevista no inciso II do artigo 22 desta Instrução Normativa.

Art. 24. 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, conforme valor estipulado na tabela constante do Anexo I desta Instrução Normativa.

§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 – Vídeo por demanda;
- II – Audiovisual em mídias móveis;
- III – Audiovisual em transporte coletivo; e
- IV – Audiovisual em circuito restrito.

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

Art. 25. O recolhimento da CONDECINE deverá ser efetuado na rede bancária por meio de Guia de Recolhimento da União – GRU, emitida pela Ancine.

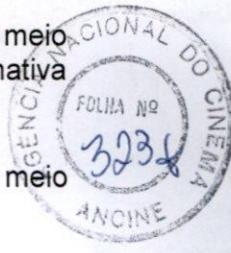
§1º A CONDECINE deverá ser recolhida à Ancine no prazo de até 10 (dez) dias corridos após a emissão da GRU.

§2º O recolhimento da CONDECINE após a data de vencimento implicará acréscimos moratórios legais e sujeitará o requerente às penalidades cabíveis.

§3º Na hipótese do dia do vencimento da Guia de Recolhimento da União – GRU coincidir com sábado, domingo ou feriado, o termo final será antecipado para o dia útil imediatamente anterior ao vencimento.

Art. 26. A restituição ou compensação dos valores da CONDECINE, recolhidas por meio de DARF, deverão ser realizadas com base no disposto em Instrução Normativa específica da Receita Federal do Brasil.

Art. 27. A restituição ou compensação dos valores da CONDECINE, recolhidas por meio de GRU deverão ser solicitadas junto à Ancine.



Capítulo VI – Das Isenções do Recolhimento da CONDECINE

Art. 28. São isentas do recolhimento da CONDECINE:

I – a obra audiovisual publicitária de pequena veiculação, conforme definição do artigo 1º, inciso XIV desta Instrução Normativa;

II – as chamadas de programas televisivos, conforme definição do artigo 1º, inciso V desta Instrução Normativa, veiculadas nos serviços de radiodifusão de sons e imagens, nos serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura e nos segmentos de mercado de salas de exibição e de vídeo doméstico em qualquer suporte;

III – a publicidade de obras audiovisuais, conforme definição do artigo 1º, inciso XX desta Instrução Normativa, veiculadas nos serviços de radiodifusão de sons e imagens, nos serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura e nos segmentos de mercado de salas de exibição e de vídeo doméstico em qualquer suporte;

IV – a propaganda política, conforme definição do artigo 1º, inciso IX desta Instrução Normativa;

V – a obra audiovisual publicitária brasileira de caráter benficiente/filantrópico, conforme definição do artigo 1º, inciso XIII desta Instrução Normativa;

VI – a versão de obra audiovisual publicitária, conforme definição do artigo 1º, inciso XXXI desta Instrução Normativa;

VII – a obra audiovisual publicitária destinada à exibição exclusiva em mostras e festivais, desde que previamente autorizada pela Ancine; e

VIII – a obra audiovisual publicitária brasileira destinada exclusivamente à exportação ou para inclusão em programação brasileira transmitida para o exterior.

Capítulo VII - Da revisão, retificação, suspensão e cancelamento do registro

Art. 29. A Ancine reserva-se o direito de proceder a revisão do registro efetivado pelo prazo de até 5 (cinco) anos a contar da data de requerimento do registro da obra.

Art. 30. A retificação ou o cancelamento do registro de qualquer título poderão ser realizados de ofício pela Superintendência de Registro.

§1º Do ato de retificação ou de cancelamento do registro caberá impugnação, a ser apresentada pela parte interessada dentro do prazo de 30 (trinta) dias corridos, contados a partir da data de intimação da decisão.

§2º A Superintendência de Registro deverá se manifestar a respeito da impugnação apresentada dentro do prazo de 30 (trinta) dias corridos, contados a partir da data de apresentação da mesma.

§3º Da decisão prevista no §2º supra cabe recurso, que deverá ser apresentado dentro do prazo de 30 (trinta) dias corridos contados a partir da ciência da parte interessada, dirigido ao Superintendente de Registro, que no prazo de 30 (trinta) dias corridos:

a) se não a reconsiderar, encaminhará os autos à Diretoria Colegiada, órgão competente para o julgamento de recurso; ou

b) decidindo pela reconsideração, intimará o autuado da nova decisão.

Art. 31. A retificação ou o cancelamento do registro de qualquer título poderão ser solicitados pelo requerente, por meio de formulário disponível no portal Ancine, devendo o mesmo fundamentar seu pedido e comprovar a anuência da agência de publicidade ou anunciante, por meio do envio de requerimento formal do interessado.

§1º A retificação ou o cancelamento do registro dependerão de exame e aprovação da Ancine.

§2º Para apreciação do requerimento de retificação ou cancelamento, a Ancine poderá requerer informações e documentos complementares.

§3º O requerente terá um prazo máximo de 30 (trinta) dias corridos para o envio dos novos documentos e informações exigidos pela Ancine.

§4º O registro será restaurado caso se comprove em qualquer tempo a improcedência da retificação realizada, produzindo seus efeitos desde a data de sua primeira emissão.

Art. 32. O registro poderá ser suspenso por determinação legal, decisão judicial ou administrativa que impeça temporariamente a comunicação pública da obra audiovisual publicitária.

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

Art. 33. 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.

Capítulo VIII - Das Disposições Finais e Transitórias

Art. 34. Enquanto o sistema de registro de títulos não disponibilizar a funcionalidade de envio de documento por via eletrônica, a documentação prevista no parágrafo único do artigo 11 desta Instrução Normativa deverá ser encaminhada fisicamente aos escritórios da Ancine, diretamente, por remessa postal ou via correio eletrônico conjuntamente com o Anexo II desta Instrução Normativa devidamente preenchido e assinado pelo representante legal do requerente.

§1º Enquanto o sistema de registro de títulos não disponibilizar a funcionalidade de envio de documento por via eletrônica o requerimento de título de obra brasileira filmada ou gravada no Brasil de pequena veiculação está dispensado do envio do contrato de produção.

§2º Enquanto o sistema de registro de títulos não disponibilizar o número de CRT específico para cada versão deverá ser utilizado, para todos os fins, o número do CRT da obra original.

Art. 35. No que couber, aplicam-se a esta Instrução Normativa as disposições da Lei 9.784, de 29 de janeiro de 1999, que regula o processo administrativo no âmbito da Administração Pública Federal.



Art. 36. O registro não implica reconhecimento em favor do requerente, de quaisquer direitos autorais, sejam eles morais ou patrimoniais sobre a obra.

Art. 37. Esta Instrução Normativa entrará em vigor em 01º de janeiro de 2012, revogadas as disposições em contrário, especialmente as Instruções Normativas nº 06, de 13 de agosto de 2002, nº 07, de 21 de agosto de 2002, e nº 33, de 28 de Outubro de 2004.


Manoel Rangel
Diretor-Presidente



VALORES DA CONDECINE REFERENTES À COMUNICAÇÃO PÚBLICA NOS DIVERSOS SEGMENTOS DE MERCADO AUDIOVISUAL, CONFORME A CLASSIFICAÇÃO DA OBRA AUDIOVISUAL PUBLICITÁRIA.

I. Valores referentes à comunicação pública da obra publicitária estrangeira em:

Todos os segmentos de mercado	R\$ 200.000,00
Radiodifusão de sons e imagens (TV Aberta)	R\$ 166.670,00
Comunicação eletrônica de massa por assinatura	R\$ 23.810,00
Vídeo doméstico	R\$ 14.290,00
Salas de exibição	R\$ 14.290,00
Outros mercados	R\$ 2.380,00

II. Valores referentes à comunicação pública da obra publicitária Brasileira filmada/gravada no exterior em:

Todos os segmentos de mercado	R\$ 28.000,00
Radiodifusão de sons e imagens (TV Aberta)	R\$ 20.000,00
Comunicação eletrônica de massa por assinatura	R\$ 6.000,00
Vídeo doméstico	R\$ 3.500,00
Salas de exibição	R\$ 3.500,00
Outros mercados	R\$ 500,00

III. Valores referentes à comunicação pública da obra publicitária Brasileira filmada/gravada no Brasil em:

Todos os segmentos de mercado	R\$ 3.570,00
Radiodifusão de sons e imagens (TV Aberta)	R\$ 2.380,00
Comunicação eletrônica de massa por assinatura	R\$ 1.190,00
Vídeo doméstico	R\$ 710,00
Salas de exibição	R\$ 710,00
Outros mercados	R\$ 240,00

ANEXO II



Formulário de conclusão do requerimento do Certificado de Registro de Título/CRT para obra audiovisual publicitária, nos termos dos artigos 15 e 34 da Instrução Normativa nº 95 de 08 de dezembro de 2011.

Dados Gerais	
Nome empresarial do requerente:	
CNPJ do requerente:	
Nome do representante legal do requerente:	
CPF do representante legal do requerente:	
Título da obra:	
Nº do CRT:	

Dados referentes à utilização de conteúdos audiovisuais produzidos por terceiros nos termos do artigo 4º da Instrução Normativa nº 95 de 08 de dezembro de 2011.	
Houve utilização de conteúdos audiovisuais produzidos por terceiros: () Não () Sim	
Se a resposta acima for afirmativa, informar:	
Percentual de utilização dos conteúdos de terceiros na duração total da obra: _____ %	
O conteúdo foi adquirido de agente econômico brasileiro: () Não () Sim	
Se o conteúdo foi adquirido de agente econômico brasileiro, informar ainda:	
Nome empresarial / Nome do cedente:	
CNPJ / CPF do cedente:	
Nome empresarial / Nome do produtor do conteúdo:	
CNPJ / CPF do produtor do conteúdo:	

Declaro que acompanham o presente requerimento os documentos relacionados abaixo:

1. Se obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no Brasil OU no exterior:

- 1.1. Cópia do contrato de produção;
- 1.2. Cópia da nota fiscal da produtora;
- 1.3. Cópia(s) do(s) contrato(s) firmado(s) com o(s) diretor(es) da obra;
- 1.4. Cópia do contrato de cessão de direitos, no caso de utilização de conteúdos audiovisuais produzidos por terceiros;
- 1.5. Cópia da declaração de importação do conteúdo filmado ou gravado no exterior, no caso de obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no exterior.

2. Se obra audiovisual publicitária estrangeira:

- 2.1. Cópia da declaração de importação;
- 2.2. Cópia do contrato firmado com empresa responsável pela adaptação da obra;
- 2.3. Cópia do contrato firmado com o diretor responsável pela adaptação da obra;
- 2.4. Cópia dos contratos firmados com artistas e técnicos responsáveis por serviços prestados na adaptação da obra OU a cópia das notas fiscais emitidas relativas aos serviços prestados.

Declaro que a contratação da equipe técnica e artística informada no requerimento eletrônico de registro da obra audiovisual se deu em conformidade com a legislação trabalhista vigente.

Declaro que não houve contratação de técnicos ou artistas para as funções estabelecidas no artigo 7º desta Instrução Normativa além das informadas no requerimento eletrônico de registro da obra audiovisual;

Declaro, ainda, estar ciente de que a prestação de informações inverídicas neste requerimento está sujeita às sanções previstas no Código Penal:



Local e data, _____, ____ / ____ / ____.

(Nome e assinatura do representante legal)

A handwritten signature in blue ink, appearing to be a stylized 'J' or a similar character.



Nº 244, quarta-feira, 21 de dezembro de 2011

Diário Oficial da União - Seção 1

ISSN 1677-7042

13



0135/1990	Fundação Butantan	424.991,31	0726/1998	Fund. de Apoio à Educ., Pesq., e Desenvol.Cient. e Tec. da UFPR	28.696,00
0137/1990	Fundação para o Desenvolvimento da UNHSP	437.800,00	0729/1998	Fundação do Ensino da Engenharia em Santa Catarina	59.022,50
0143/1990	Fundação de Estados Agrários Luiz de Queiroz	22.629,00	0736/1998	Fund. de Apoio à Educação e Desenvolvimento Tecnológico de MG	37.132,69
0144/1990	Universidade Federal do Rio Grande do Norte	526.009,35	0740/1998	Fund. Centro de Pesquisa e Desenvolvimento em Telecomunicações	57.993,74
0147/1990	Universidade Federal de Ouro Preto	136.465,74	0742/1998	Fundação Olímpia Batista	11.836,54
0154/1990	Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais	19,04	0746/1998	Fundação de Apoio à Universidade de São Paulo	38.159,60
0158/1990	Fund. de Estudo e Pesquisa em Medicina Veterinária e Zootecnia	2.310,50	0750/1998	Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro	274.418,51
0160/1990	Fundação Arthur Bernardes	1.262.076,98	0760/1999	Fund. para o Desenvolvimento Científico e Tecnológico em Saúde	26.844,59
0181/1991	Universidade Federal de Lavras	12.705,06	0762/1999	Fundação Educacional Charles Darwin	151.978,55
0187/1991	Hospital de Clínicas de Porto Alegre	2.625,49	0772/2000	Fundação Espírito-Santense de Tecnologia	57.348,47
0192/1991	Fundação Cearense de Pesquisa e Cultura	81.487,64	0774/2000	Associação do Laboratório de Sistemas Integráveis Tecnológicos	41.668,00
0207/1991	Fundação de Ciências Aplicadas e Tecnologia Espaciais	130.357,05	0786/2000	Fundação de Amparo e Desenvolvimento da Pesquisa do Pará	34.809,16
0219/1991	Fundação Antônio Prudente	2.439,00	0812/2001	Rede Nacional de Ensino e Pesquisa	84.846,60
0281/1991	Fundação Hemocentro de Ribeirão Preto	89.951,50	0814/2001	Centro Brasileiro de Pesquisas Físicas	262.583,78
0285/1991	Fundação Christiano Ottoni	2.076,00	0824/2001	Associação Instituto Nacional de Matemática Pura e Aplicada	61.965,00
0290/1992	Universidade de Sorocaba	149.304,39	0838/2001	Fundação de Apoio à Universidade de Informação Renato Archer	2.396.000,00
0298/1992	Fundação de Ensino e Pesquisa de Uberaba	5.950,00	0846/2002	RTV Ouro Preto	66.444,86
0302/1992	Fundação de Apoio Institucional ao Desenvolvimento Científico e Tecnológico	9.454,91	0860/2002	Fundação de Apoio Institucional Rio Solimões	44.605,68
0337/1992	Santa Casa de Misericórdia de Porto Alegre	5.859,00	0867/2002	Fundação de Apoio à Capacitação em Tecnologia e Informação	1.298,50
0355/1992	Associação das Pioneras Sociais	143.550,09	0930/2004	Fundação Pro-Coração	67.059,53
0372/1992	Fundação de Apoio à Pesquisa e Extensão	214.109,65	1013/2005	Instituto de Pesquisa Jardim Botânico do Rio de Janeiro	10.661,41
0404/1992	Associação Técnico-Científica Engenheiro Paulo de Frontin	16.918,58	1015/2007	Fundação de Apoio à Pesquisa Jardim Botânico do Rio de Janeiro	196.121,00
0465/1993	Fund. de Apoio a Cultura, Finsino e Pesquisa e Extensão de Alfenas	6.942,31	1063/2008	Fundação Cultural e de Fomento a Pesquisa, Ensino e Extensão	88.586,00
0466/1993	Fundação para o Incremento da Pesquisa e do Perfeccionamento Industrial	97.500,04	1065/2008	Fundação de Apoio Universitário	33.630,55
0469/1993	Inst. Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial	3.456.978,51	0951/2005	Universidade Federal do ABC	192.530,00
0534/1993	Fund. Coordenação de Projetos, Pesquisas e Estudos Tecnológicos	728.473,61	0981/2006	Fundação de Desenvolvimento Científico e Cultural	34.501,99
0551/1993	Fundação Ary Frauzino para Pesquisa e Controle do Câncer	13.260,36	0982/2006	Fund. de Apoio à Pesquisa,Desenvolvimento e Inovação-Exercito Brasileiro	65.445,68
0570/1994	Fundação de Apoio à Pesquisa	74.318,16	1008/2006	Fundação de Apoio ao Desenvolvimento e Inovação-Exercito Brasileiro	10.320,00
0585/1994	Centro de Desenvolvimento da Tecnologia Nuclear	16.380,47	1012/2007	Fundação de Apoio à Computação Científica	23.682,36
0589/1994	Instituto de Física de São Carlos	26.610,40	1013/2007	Fund. de Apoio a Serviços Técnicos, Ensino e Fomento à Pesquisas	0,01
0633/1995	Escola de Engenharia de São Carlos	203.686,01	1120/2010	CTC - Centro de Tecnologia Canavieira	226.018,02
0653/1995	Universidade Federal do Espírito Santo	233,00	1123/2010	Universidade Federal do Pampa	889,16
0659/1996	Faculdade de Medicina de Ribeirão Preto	8.780,00	1133/2011	Centro de Inovações CSEM Brasil	347,95
0668/1996	Fundação de Apoio à Pesquisa e Extensão de Sergipe	147,09	1065/2008	Fundação de Apoio à Pesquisa Científica e Tecnológica	23.909,00
0674/1996	Fundação de Apoio ao Ensino, Pesquisa e Extensão de Itajubá	23.675,00	1071/2008	Laboratório Nacional Agropecuário no Rio G do Sul	
0677/1996	Fundação de Apoio e Desenvolvimento ao Ensino e Extensão	25.855,88			
0693/1997	Associação Brasileira de Tecnologia de Luz Sincrotron	1.541.736,68			
0695/1997	Escola Politécnica	15.278,00			
0697/1997	Instituto de Física	289.549,15			
0698/1997	Instituto de Astronomia, Geofísica e Ciências Atmosféricas	14.513,40			
0699/1997	Instituto de Eletrônica e Energia	225.413,22			
0703/1997	Fundação Médica do Rio Grande do Sul	350,00			

ERNESTO COSTA DE PAULA

Ministério da Cultura

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA

DELIBERAÇÃO Nº 268, DE 20 DE DEZEMBRO DE 2011

O DIRETOR-PRESIDENTE da ANCINE, no uso das atribuições legais elencadas pela Resolução de Diretoria Colegiada nº. 22/2009, e em cumprimento ao disposto na Lei nº. 8.313, de 23/12/1991, Lei nº. 8.685, de 20/07/1993, Medida Provisória nº. 2.228-1, de 06/09/2001, e Decreto nº. 4.456, de 04/11/2002, resolve:

Art. 1º Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo, para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,

para os quais as proponentes ficam autorizadas a captar mediante patrocínio, na forma prevista no art. 1º-A da Lei nº. 8.685, de 20/07/1993.

Art. 1º-Aprovar os projetos audiovisuais relacionados abaixo,</p



14

ISSN 1677-7042

Diário Oficial da União - Seção 1

Nº 244, quarta-feira, 21 de dezembro de 2011

XX - Publicidade de Obras Audiovisuais: obra audiovisual publicitária destinada a promover ou oferecer uma outra obra audiovisual.

XXI - 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 restrita, 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.

XXII - Segmento de Mercado Audiovisual - Audiovisual em Mídias Móveis: 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, com qualidade de serviço garantida por rede dedicada, oferecidos ao consumidor final para fruição em aparelhos de comunicação móvel pessoal.

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, oferecidos ao consumidor final para fruição em veículos de transporte coletivo.

XXIV - Segmento de Mercado Audiovisual - Comunicação Eletrônica de Massa por Assinatura: serviço de acesso condicionado que consiste no serviço de telecomunicações de interesse coletivo prestado no regime privado, cuja recepção é condicionada à contratação remunerada por assinantes e destinado à distribuição de conteúdos audiovisuais na forma de pacotes, de canais nas modalidades avisa de programação e avulsa de conteúdo programado e de canais de distribuição obrigatória, por meio de tecnologias, processos, meios eletrônicos e protocolos de comunicação quaisquer.

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 - Video Doméstico: conjunto de atividades encadeadas, realizadas por diversos agentes econômicos, necessários para oferecer ao consumidor final, a título oneroso, obras audiovisuais em qualquer suporte de mídia pré-gravada.

XXVIII - Segmento de Mercado Audiovisual - Vídeo por Demanda: conjunto de atividades encadeadas, realizadas por um ou vários agentes econômicos, necessárias à prestação dos serviços de oferta de um conjunto de obras audiovisuais na forma de catálogo, com linha editorial própria, para fruição por difusão não-linear, em horário determinado pelo consumidor final em aparelhos de recepção audiovisual fixo, de forma direta.

XXIX - 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 as obras audiovisuais ao consumidor final um produto ou serviço audiovisual específico, em uma área geográfica delimitada.

XXX - Telelevenda/Infomercial: oferta de produtos ou serviços realizada, na forma de conteúdo audiovisual, em troca de pagamento e difundida diretamente ao público, sendo ou não apresentada no formato de programas televisivos ou de comerciais de qualquer natureza.

XXXI - 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 a substituição da imagem do objeto anunciado ou letreiros;

b) ser produzida sob o mesmo contrato de produção, registrada para a obra;

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

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

e) ser editada em quantidade previamente definida no contrato de produção.

Parágrafo único. Para os fins previstos nesta Instrução Normativa, serão consideradas como empresa produtora, conforme disposto no inciso VIII deste artigo, aquelas que no seu instrumento de constituição ou em alterações contratuais posteriores apresente como atividade econômica principal ou secundária as atividades econômicas classificadas nas subclasse CNAE 5911-1/99 - atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente, 5911-1/02 - produção de filmes para publicidade, 5912-0/01 - serviços de dublagem, 5912-0/02 - serviços de mixagem sonora em produção audiovisual, 5912-0/99 - atividades de pós-produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificadas anteriormente, 5920-1/00 - atividades de gravação de som e de edição de música, 60.22-5/01 - programadoras, ou 60.21-7/00 - atividades de televisão aberta.

Este documento pode ser verificado no endereço eletrônico <http://www.in.gov.br/autenticidade.html>, pelo código 00012011122100014

Capítulo II - Do Objeto e Classificação das Obras

Art. 2º É obrigatório o registro de obra audiovisual publicitária previamente à sua comunicação pública para o segmento de mercado audiovisual ao qual se destina.

Parágrafo único: Após o requerimento do registro do título, a obra audiovisual publicitária brasileira poderá ser comunicada publicamente, devendo ser suspensa a sua comunicação pública, caso seja constatada a não pagamento da CONDECINE ou o fornecimento de informações incorretas.

Art. 3º A obra publicitária será classificada como:

- Brasileira filmada ou gravada no Brasil, conforme definição do artigo 1º, inciso X desta Instrução Normativa;
- Brasileira filmada ou gravada no exterior conforme definição do artigo 1º, inciso XI desta Instrução Normativa; ou
- Estrangeira conforme definição do artigo 1º, inciso XVI desta Instrução Normativa;

Art. 4º 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 empresas produtoras brasileiras em até 20% (vinte por cento) do tempo total de duração da obra.

§1º Para os fins previstos no caput, conteúdos audiovisuais adquiridos de agente econômico estrangeiro serão considerados como não produzidos por empresa produtora brasileira.

§2º Para os fins previstos no caput, conteúdos audiovisuais adquiridos de agente econômico brasileiro precisarão ter comprovada a adequação da empresa produtora responsável por sua realização à definição expressa no artigo 1º, inciso VIII desta Instrução Normativa para serem considerados como produzidos por empresa produtora brasileira.

Art. 5º No caso de co-direção, para fins de classificação como obra publicitária brasileira todos os diretores da obra audiovisual devem ser brasileiros ou estrangeiros residentes no País há mais de 3 (três) anos.

Parágrafo único. Excepcionalmente, no caso de obra audiovisual brasileira filmada ou gravada no Brasil, é admitida a co-direção com diretores estrangeiros não residentes no País há mais de três anos desde que observadas as seguintes condições:

a) Pelo menos 1 (um) dos diretores da obra audiovisual deve ser brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de 3 (três) anos;

b) A produtora brasileira deve possuir registro na Ancine há pelo menos 5 anos e possuir registrados sob a sua titularidade mais de 300 obras audiovisuais publicitárias brasileiras.

Art. 6º 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 artigo 31 da Lei nº 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor - CDC).

§1º Considerar-se-á direcionada ao público brasileiro a obra audiovisual publicitária que realize publicidade, propaganda, exposição ou oferte 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 registrada na Ancine, sob supervisão de diretor brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de três anos contratado para tal e utilizar no mínimo 2/3 (dois terços) do total de profissionais brasileiros ou estrangeiros residentes no Brasil há mais de 05 anos.

Art. 7º 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, electricista 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, a critério da Diretoria Colegiada, poderão ser considerados os cargos de assistente das funções elencadas no caput deste artigo e outras funções técnicas e artísticas.

§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.

Art. 8º As obras audiovisuais que se enquadrem na definição de Telelevenda/Infomercial, conforme expressa no inciso XXX do artigo 1º desta Instrução Normativa serão consideradas obras audiovisuais publicitárias.

Parágrafo único. Para fins de registro, no caso de canais de programação dedicados exclusivamente a comunicação pública deste tipo de obra, no qual seja impossível distinguir, no conteúdo audiovisual comunicado, os limites entre cada obra, será considerado como obra única, o conteúdo audiovisual comunicado publicamente em um período de 24 horas corridas contados a partir das 00h00m (zero horas e zero minutos) de cada dia.

Art. 9º A obra audiovisual publicitária em língua portuguesa, legendada em português ou de qualquer forma direcionada ao público brasileiro, conforme definição do §1º do artigo 6º desta Instrução Normativa, destinado ao segmento de mercado de Comunicação Eletrônica de Massa por Assinatura, com sua comunicação pública contratada no exterior, deverá ter a intermediação obrigatória de agência de publicidade brasileira.

Capítulo III - Dos Procedimentos de Registro

Art. 10. O registro do título da obra audiovisual publicitária deverá ser requerido exclusivamente pela empresa produtora, no caso de obra brasileira, pelo detentor do licenciamento para comunicação pública, no caso de obra estrangeira; ou, pelo representante legal e obrigatório da programadora estrangeira no Brasil, no caso previsto no inciso II do artigo 22 desta Instrução Normativa.

Art. 11. O requerimento de registro da obra audiovisual publicitária original deverá ser realizado por meio eletrônico, através do portal Ancine, contendo no mínimo as seguintes informações:

- Título;
- II - Produto, bem ou serviço anunciado;
- III - Anunciante;
- IV - Agência de Publicidade;
- V - Tipo;
- VI - Duração;
- VII - Ano de produção ou importação;
- VIII - Dados específicos conforme a classificação da obra audiovisual:

a) No caso de Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Brasil ou no Exterior: empresa produtora, diretor, equipe de produção, dados relativos à utilização de conteúdos audiovisuais produzidos por terceiros (quando for o caso), e país de gravação ou filmagem (no caso de Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Exterior).

b) No caso de Obra Audiovisual Publicitária Estrangeira: empresa produtora, diretor e equipe responsáveis pela adaptação ao idioma português do Brasil, País de origem.

IX - Segmento do mercado audiovisual a que se destine.

Parágrafo único. O requerimento deverá ser acompanhado de envio eletrônico de cópia dos seguintes documentos:

a) no caso de Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Brasil: cópia do contrato de produção, cópia da nota fiscal da produtora, cópias(s) do(s) contrato(s) firmado(s) com o(s) diretor(es) da obra, cópia do contrato de cessão de direitos no caso de utilização de conteúdos audiovisuais produzidos por terceiros.

b) no caso de Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Exterior: cópia da declaração de importação do conteúdo filmado ou gravado no exterior, cópia do contrato de produção, cópia da declaração da produtora, cópias(s) do(s) contrato(s) firmado(s) com o(s) diretor(es) da obra, cópia do contrato de cessão de direitos no caso de utilização de conteúdos audiovisuais produzidos por terceiros.

c) no caso de Obra Audiovisual Publicitária Estrangeira: cópia da declaração de importação; cópia do contrato firmado com a empresa responsável pela adaptação da obra, cópia do contrato firmado com o diretor responsável pela adaptação da obra. E cópia dos contratos firmados com artistas e técnicos responsáveis por serviços prestados na adaptação da obra, ou cópia das notas fiscais emitidas relativas aos serviços prestados na adaptação da obra.

Art. 12. As versões de obra audiovisual publicitária, conforme definição do artigo 1º, inciso XXXI desta Instrução Normativa, deverão ser informadas no requerimento de registro da obra audiovisual publicitária original da qual derivou.

§1º As versões de obra audiovisual publicitária, serão consideradas um só título juntamente com a obra original, e para efeito do pagamento da CONDECINE, ficam limitadas a:

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

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

§2º Ultrapassado o limite de que trata o §1º, deverá ser solicitado novo registro do título de obra audiovisual publicitária original;

§3º Caso existam, os episódios de obras audiovisuais que se enquadram na definição de Telelevenda/Infomercial serão considerados versões da obra original.

Art. 13. No requerimento de registro da obra audiovisual publicitária de caráter benéfico/filantrópico, conforme definição do artigo 1º, inciso XIII desta Instrução Normativa, deverá ser encaminhada cópia da obra em DVD, em até 8 (oito) dias corridos a contar da data do requerimento.

Parágrafo único. A falha no envio da cópia da obra no prazo previsto no caput tornará o registro irregular para todos os fins.

Art. 14. Desde que com autorização motivada, prévia e expressa da Ancine, mediante justificativa explícita do agente econômico, poderão ser aceitos registros em formatos diferentes do modelo padrão.

Art. 15. O registro da obra audiovisual publicitária somente será considerado concluído após o pagamento da correspondente Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional - CONDECINE, conforme tabela apresentada na Anexo I desta Instrução Normativa e emissão do respectivo número do Certificado de Registro de Título - CRT.

Parágrafo único. No caso das obras audiovisuais publicitárias isentas do recolhimento da CONDECINE, o registro será considerado concluído após a emissão do respectivo número do Certificado de Registro de Título - CRT.

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001, que institui a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.



16

ISSN 1677-7042

Diário Oficial da União - Seção 1

Nº 244, quarta-feira, 21 de dezembro de 2011



Art. 35. No que couber, aplicam-se esta Instrução Normativa as disposições da Lei 9.784, de 29 de janeiro de 1999, que regula o processo administrativo no âmbito da Administração Pública Federal.

Art. 36. O registro não implica reconhecimento em favor do requerente, de quaisquer direitos autorais, sejam eles morais ou patrimoniais sobre a obra.

Art. 37. Esta Instrução Normativa entrará em vigor em 01º de janeiro de 2012, revogadas as disposições em contrário, especialmente as Instruções Normativas nº 06, de 13 de agosto de 2002, nº 07, de 21 de agosto de 2002, e nº 33, de 28 de Outubro de 2004.

MANOEL RANGEL
Diretor-Presidente

ANEXO I'

VALORES DA CONDECINE REFERENTES À COMUNICAÇÃO PÚBLICA NOS DIVERSOS SEGMENTOS DE MERCADO AUDIOVISUAL, CONFORME A CLASSIFICAÇÃO DA OBRA AUDIOVISUAL PUBLICITÁRIA.

I. Valores referentes à comunicação pública da obra publicitária estrangeira em:

Todos os segmentos de mercado	R\$ 200.000,00
Radiodifusão de sons e imagens (TV Aberta)	R\$ 166.670,00
Comunicação eletrônica de massa por assinatura	R\$ 23.810,00
Vídeo doméstico	R\$ 14.290,00
Salas de exibição	R\$ 14.290,00
Outros mercados	R\$ 2.380,00

II. Valores referentes à comunicação pública da obra publicitária Brasileira filmada/gravada no exterior em:

Todos os segmentos de mercado	R\$ 28.000,00
Radiodifusão de sons e imagens (TV Aberta)	R\$ 20.000,00
Comunicação eletrônica de massa por assinatura	R\$ 6.000,00

Vídeo doméstico	R\$ 3.500,00
Salas de exibição	R\$ 3.500,00
Outros mercados	R\$ 500,00

III. Valores referentes à comunicação pública da obra publicitária Brasileira filmada/gravada no Brasil em:

Todos os segmentos de mercado	R\$ 3.570,00
Radiodifusão de sons e imagens (TV Aberta)	R\$ 2.380,00
Comunicação eletrônica de massa por assinatura	R\$ 1.190,00
Vídeo doméstico	R\$ 710,00
Salas de exibição	R\$ 710,00
Outros mercados	R\$ 240,00

Se o conteúdo foi adquirido de agente econômico brasileiro, informar ainda:
Nome empresarial / Nome do cedente:
CNPJ / CPF do cedente:
Nome empresarial / Nome do produtor do conteúdo:
CNPJ / CPF do produtor do conteúdo:

Declaro que acompanham o presente requerimento os documentos relacionados abaixo:

1. Se obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no Brasil OU no exterior:

- 1.1. Cópia do contrato de produção;
- 1.2. Cópia da nota fiscal da produtora;
- 1.3. Cópia(s) do(s) contrato(s) firmado(s) com o(s) diretor(es) da obra;

1.4. Cópia do contrato de cessão de direitos, no caso de utilização de conteúdos audiovisuais produzidos por terceiros;

1.5. Cópia da declaração de importação do conteúdo filmado ou gravado no exterior, no caso de obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no exterior;

2. Se obra audiovisual publicitária estrangeira:

- 2.1. Cópia da declaração de importação;
- 2.2. Cópia do contrato firmado com empresa responsável pela adaptação da obra;

2.3. Cópia do contrato firmado com o diretor responsável pelos contratos firmados com artistas e técnicos responsáveis por serviços prestados na adaptação da obra OU a cópia das notas fiscais emitidas relativas aos serviços prestados.

Declaro que a contratação da equipe técnica e artística informada no requerimento eletrônico de registro da obra audiovisual se deu em conformidade com a legislação trabalhista vigente.

Declaro que não houve contratação de técnicos ou artistas para as funções estabelecidas no artigo 7º desta Instrução Normativa além das informadas no requerimento eletrônico de registro da obra audiovisual;

Declaro, ainda, estar ciente de que a prestação de informações inverídicas neste requerimento está sujeita às sanções previstas no Código Penal:

Local _____ e data, _____/_____.
(Nome e assinatura do representante legal)

ANEXO II

Formulário de conclusão do requerimento do Certificado de Registro de Título/CRT para obra audiovisual publicitária, nos termos dos artigos 15 e 34 da Instrução Normativa nº 95 de 08 de dezembro de 2011.

Dados Gerais
Nome empresarial do requerente:
CNPJ do requerente:
Nome do representante legal do requerente:
CPF do representante legal do requerente:
Número da obra:
Nº do CRT:

Dados referentes à utilização de conteúdos audiovisuais produzidos por terceiros nos termos do artigo 4º da Instrução Normativa nº 95 de 08 de dezembro de 2011.

Houve utilização de conteúdos audiovisuais produzidos por terceiros:

() Não () Sim

Se a resposta acima for afirmativa, informar:

Percentual de utilização dos conteúdos de terceiros na duração total da obra: %

O conteúdo foi adquirido de agente econômico brasileiro: () Não () Sim

DIRETORIA COLEGIADA

INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 96, DE 15 DE DEZEMBRO DE 2011

Regulamenta o art. 32, II da Medida Provisória nº 2228-1, de 06 de setembro de 2001 e dispõe sobre o recolhimento regular da CONDECINE devida pela prestação de serviços que se utilizem de meios que possam, efetiva ou potencialmente, distribuir conteúdos audiovisuais, nos termos da lei que dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado.

A DIRETORIA COLEGIADA DA AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA - ANCINE, em sua 42ª Reunião, de 15 de dezembro de 2011, no uso da atribuição que lhe confere o artigo 6º, II e IV, do Anexo I do Decreto nº 4.121, de 07 de fevereiro de 2002, e tendo em vista o disposto na Medida Provisória nº 2.228-1, de 06 de setembro de 2001, com as alterações da Lei nº. 12.485, de 12 de setembro de 2011, e o disposto na Lei no 9.430, de 27 de dezembro de 1996, bem como o preceituado no inciso XVII do art. 3º do Decreto nº 4.121, de 07 de fevereiro de 2002, resolve:

Art. 1º Esta Instrução Normativa tem por objetivo disciplinar a arrecadação da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional - CONDECINE, de competência da Agência Nacional do Cinema - ANCINE, devida pela prestação de serviços que se utilizem de meios que possam, efetiva ou potencialmente, distribuir conteúdos audiovisuais nos termos da lei que dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado.

Art. 2º A CONDECINE a que se refere o inciso II do art. 32 da Medida Provisória nº 2.228-1/01 será devida pelas concessionárias, permissionárias e autorizadas dos serviços de telecomunicações, listados no Anexo I desta Instrução Normativa.

Art. 3º A CONDECINE deverá ser recolhida à ANCINE anualmente, até o dia 31 de março, para os serviços de que trata o inciso II do art. 32 da Medida Provisória nº 2.228-1/01, independentemente de notificação.

Art. 4º A arrecadação de receitas da CONDECINE dar-se-á, exclusivamente, por intermédio da rede bancária, em todo território nacional, mediante Guia de Recolhimento da União - GRU.

§ 1º O contribuinte deverá acessar o sistema no sítio da ANCINE na rede mundial de computadores (Internet), em www.ancine.gov.br, preencher as informações solicitadas, gerar e imprimir a GRU específica.

§ 2º A impossibilidade de acesso ao sítio da ANCINE na rede mundial de computadores ou da geração e impressão da GRU não isenta o contribuinte do pagamento da CONDECINE no prazo legalmente estabelecido, devendo o documento ser solicitado, pelo interessado, à ANCINE em sua sede, escritório central ou escritórios regionais.

Art. 5º O valor da CONDECINE corresponderá ao estabelecido no Anexo I desta Instrução Normativa e será calculado de acordo com os dados repassados à ANCINE pela Agência Nacional de Telecomunicações - ANATEL.

Parágrafo único. Na ocasião de modalidades de serviços qualificadas na forma do inciso II do art. 32 da Medida Provisória nº 2.228-1/01, não presentes no Anexo I desta Instrução Normativa, será devida

pela prestadora a Contribuição referente ao item "a" do Anexo I, até que lei fixe seu valor.

Art. 6º A CONDECINE somente deixará de incidir sobre a estação licenciada, a partir do exercício subsequente àquele em que a Prestadora venha a protocolizar, na sede, escritórios regionais ou unidades operacionais da ANATEL, pedido de cancelamento da licença.

Art. 7º O produto da arrecadação da CONDECINE será destinado ao Fundo Nacional da Cultura - FNC e alocado em categoria de programação específica denominada Fundo Setorial do Audiovisual, para

aplicação nas atividades de fomento relativas aos Programas de que trata o art. 4º da Lei nº 11.437/06.

Art. 8º O não recolhimento da CONDECINE no prazo legal estabelecido implicará, em atendimento à legislação tributária federal, a instauração de Processo Administrativo Fiscal para fins de lançamento do respectivo crédito, acrescido de multa e juros na forma da lei.

Art. 9. Os casos omissos e as excepcionais referentes a esta Instrução Normativa serão decididos pela Diretoria Colegiada da ANCINE.

Art. 10. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data da sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

MANOEL RANGEL
Diretor-Presidente

ANEXO I

TABELA DE VALORES DA CONDECINE DEVIDA PELA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES (EM REAIS - R\$), prevista na MEDIDA PROVISÓRIA nº 2228-1 de 2001

a) Serviço Móvel Celular	a) base b) repetidora c) móvel	160,00 160,00
b) Serviço Limitado Móvel Especializado	a) base em área de até 300.000 habitantes b) base em área acima de 300.000 até 700.000 habitantes c) base acima de 700.000 habitantes d) móvel	3,22 80,00 112,00 144,00 3,22
c) Serviço Especial de TV por Assinatura		289,00
d) Serviço Especial de Canal Secundário de Radiodifusão de Sons e Imagens		40,00

Este documento pode ser verificado no endereço eletrônico <http://www.in.gov.br/autenticidade.html>, pelo código 00012011122100016

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001, que institui a Infraestrutura de Chaves Públicas Brasileira - ICP-Brasil.