



1. IDENTIFICAÇÃO

TEMA: Instrução Normativa que altera dispositivos da Instrução Normativa nº 95, de 08 de dezembro de 2011 e da Instrução Normativa nº 105, de 10 de julho de 2012.

PERÍODO DA CONSULTA PÚBLICA: De 26 de agosto a 26 de setembro de 2016, conforme aviso publicado no DOU em 26/08/2016.

2. INTRODUÇÃO

2.1 Em cumprimento às disposições estabelecidas na Resolução da Diretoria Colegiada – RDC n.º 56/2013, e de acordo com a Deliberação de Diretoria Colegiada nº 627 de 24 de agosto de 2016, procedeu-se à Consulta Pública da minuta de Instrução Normativa que altera dispositivos da Instrução Normativa nº 95, de 08 de dezembro de 2011 e da Instrução Normativa nº 105, de 10 de julho de 2012.

2.2 Ao fim da consulta, foram recebidos 79 (setenta e nove) comentários e sugestões de 16 (dezesesseis) diferentes agentes públicos e privados através do sistema de consulta pública, do protocolo físico e do e-mail da ouvidoria, conforme detalhamento abaixo.

Empresa privada	4
Entidade de classe	11
Administração pública direta federal, estadual ou municipal	1
Total geral	16

2.3 Todas as manifestações recebidas por correio eletrônico foram inseridas no sistema de consulta pública. Já os documentos encaminhados fisicamente foram anexados ao processo de consulta pública.

2.4 A presente manifestação da Superintendência de Registro – SRE sobre as contribuições recebidas pela Consulta Pública recairá diretamente sobre os apontamentos que tratam de forma direta e específica dos dispositivos alterados ou incluídos no texto da Instrução Normativa nº 95/2011.

2.5 Foram recebidos comentários e sugestões de agentes públicos e privados – pessoas físicas e jurídicas –, que, em sua maioria, envolveram os seguintes temas e matérias regulados no texto em tela: (a) alteração na definição de varejo; (b) exigência de recolhimento da CONDECINE e emissão de CRT previamente a veiculação de obras publicitárias estrangeiras; (c) alteração da regra para a permissão da utilização de codiretor estrangeiro em obras brasileiras filmadas ou gravadas no Brasil; (d) documentos exigidos no momento do registro de obra publicitária brasileira filmada ou gravada no exterior, em especial a exigência da Nota

Fiscal e da declaração que consta no Anexo III; (e) documentos que passam a ser de guarda obrigatória do requerente; (f) possibilidade da CONDECINE ser definida “em regulamento pelo Poder Executivo Federal”; (g) a criação do segmento “publicidade audiovisual na internet”, com a consequente obrigação de registro e recolhimento de CONDECINE; (h) o uso de conteúdos audiovisuais não produzidos por empresa produtora brasileira em duração superior a 20% (vinte por cento) do tempo total de duração da obra; (i) funções que deverão ser desempenhadas exclusivamente por brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de 3 anos nas obras brasileiras filmadas ou gravadas no exterior; (j) prazo de entrada em vigor dos dispositivos na forma proposta.

3. ANÁLISE ESPECÍFICA - PRINCIPAIS CONTRIBUIÇÕES

I) ARTIGO 1º - alterações no artigo 1º da IN 95

a) Texto originalmente submetido à Consulta Pública

“Art. 1º. A Instrução Normativa nº. 95, de 08 de dezembro de 2011, passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 1º.....

X - Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Brasil: obra audiovisual publicitária que seja produzida por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, observado o disposto no §2º do artigo 1º da Medida Provisória 2.228-1/01, 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 realizada no exterior, produzida por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, observado o disposto no §2º do artigo 1º da Medida Provisória 2.228-1/01, 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.

.....
XV - Obra Audiovisual Publicitária destinada ao Varejo: Obra Audiovisual cuja principal finalidade é a oferta de produtos para venda direta ao consumidor final, com indicação expressa de preços ou condições de aquisição e de locais de venda determinados.”

b) Síntese e Análise das Contribuições

b.1) Foram recebidas manifestações a respeito da definição de varejo por parte dos agentes CESNIK QUINTINO E SALINAS, APRO - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA PRODUÇÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS e ABA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES, no sentido de que a nova proposta seria mais restritiva que a definição atual.



Quanto ao questionamento sobre a menor abrangência da nova definição, a SRE esclarece que o conceito proposto já é, na prática, o entendimento adotado pela área. A opção da SRE foi por remover elementos da definição atual que em nada contribuem para o seu entendimento - por exemplo, se se trata de "publicidade ou propaganda" - e ressaltar os elementos que são realmente essenciais em uma obra de varejo, ou seja, se se trata de venda/oferta de bens (produtos) diretamente ao consumidor final. Elementos como "preço" ou "condições de venda" (opcionalmente um ou outro) e indicações de onde ou como o produto pode ser adquirido são essenciais ao se fazer uma venda direta ao consumidor e, ainda que não estejam presentes de maneira expressa na definição atual, são parâmetros que já são observados pela área em suas análises.

Quanto à sugestão para a ANCINE deixar expresso que um mesmo anúncio pode conter a oferta de "um único ou vários produtos", entendemos que a definição atual já tem esse sentido, não fazendo qualquer restrição quanto à obrigatoriedade de se anunciar apenas um ou diversos produtos.

Quanto à omissão da "oferta de serviços" da definição, ressaltamos que a definição atual já exclui "serviços" da definição de varejo, não tendo sido, portanto, uma inovação do novo conceito proposto.

Ressalta-se que o entendimento da SRE é que a utilização de versões acima do limite geral, de 05 versões por registro, deve ser utilizada apenas por anunciantes integrantes da indústria varejista, com venda de produtos diretamente ao consumidor final, como ocorrem com as redes de supermercado, concessionárias e lojas de departamento.

b.2) Houve a sugestão, por parte da APROSSOM - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS PRODUTORAS DE FONOGRAMAS PUBLICITÁRIOS, de inclusão de definição de "Empresa Produtora Brasileira de áudio e Empresa Produtora Brasileira de Vídeo"; que as definições de obras publicitárias brasileiras incluam a possibilidade da obra ser "produzida por empresa produtora brasileira de áudio e empresa produtora brasileira de vídeo"; que a ANCINE exija, "no processo de registro de obras audiovisuais, incluindo as de caráter publicitário, a existência de contrato com empresa produtora de áudio brasileira, registrada na ANCINE." e que, "elaborarem-se medidas de proteção do setor, quer ora vê-se ameaçado por uma série de fatores".

Quanto às sugestões da APROSSOM, a ANCINE reconhece a relevância da produção fonográfica como ato criativo independente (não necessariamente vinculado à produção de imagens), não havendo qualquer restrição ao registro na ANCINE de empresas que exerçam esta atividade. No sentido de reforçar este entendimento, foi incluído no rol de atividades econômicas consideradas para fins de reconhecimento como produtoras brasileiras as seguintes atividades: 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.

No que tange ao estabelecimento de medidas de proteção específicas aos produtores de fonogramas publicitários brasileiros, cabe esclarecer que a Medida Provisória 2.228-1/01, modificada a partir da publicação da Medida Provisória 545/11, institui proteções legais bastante extensas aos produtores audiovisuais brasileiros, dentre as quais destacamos: o estabelecimento

de uma diferença significativa de tributação entre a obra audiovisual publicitária brasileira e a estrangeira; a obrigação de contratação de diretor brasileiro e de no mínimo 2/3 da equipe técnica e artística de cidadãos brasileiros como condição para o reconhecimento da mesma como brasileira; e a obrigação de adaptação de todas as obras publicitárias estrangeiras à língua portuguesa falada e escrita no Brasil. Também cabe ressaltar que, no mesmo espírito legal, a instrução normativa em vigor estendeu aos serviços de adaptação as mesmas obrigações instituídas às obras brasileiras no que tange à contratação de brasileiros para sua realização.

No entanto, a SRE entende que não são aplicáveis as alterações nas definições de obras publicitárias brasileiras e brasileiras filmadas no exterior, uma vez tratar-se de definições criadas por lei, e demais exigências decorrentes dessa proposta de alteração.

b.3) Foi recebida uma sugestão por parte do INSTITUTO ZERO A SEIS para inclusão de uma nova definição, a saber, para “Obra Audiovisual Publicitária de Serviço de Interesse Público”, definida como “obra audiovisual cuja principal finalidade é a divulgação de atividades ou serviços oferecidos à população por entidade de Interesse Público ou Beneficente”.

Quanto a essa sugestão, a SRE entende que o conceito proposto pelo regulado, já está compreendido no conceito de “Obra Audiovisual Publicitária de Caráter Beneficente e/ou Filantrópico”.

No entanto, de modo a garantir maior objetividade e clareza da definição, propiciando assim uma maior segurança jurídica, acatamos parcialmente a contribuição apresentada, propondo a seguinte alteração para a definição de “obra audiovisual beneficente de caráter beneficente e/ou filantrópico”:

XIII - Obra Audiovisual Publicitária de Caráter Beneficente e/ou Filantrópico: obra audiovisual publicitária sem finalidade lucrativa por parte do anunciante, que divulgue atividade referente ao auxílio aos carentes ou aos serviços e campanhas de utilidade pública, 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.

As contribuições indicadas nos itens “b.1” e b.2” não foram acatadas.

A contribuição do item “b.3” foi parcialmente acatada.

II) ARTIGO 1º - alteração no artigo 2º da IN 95

a) Texto originalmente submetido à Consulta Pública

Art. 1º. A Instrução Normativa nº. 95, de 08 de dezembro de 2011, passa a vigorar com as seguintes alterações:

(...)

“Art. 2º.....



§ 1º. Após o requerimento do registro do título, a Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Brasil e a Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Exterior poderão ser comunicadas publicamente, devendo ser suspensa a sua comunicação pública, caso seja constatado o não pagamento da CONDECINE ou o fornecimento de informações incorretas.” (NR)

b) Síntese e Análise das Contribuições

b.1) Foram recebidas manifestações a respeito da exigência de recolhimento da CONDECINE para emissão do CRT no caso de obras publicitárias estrangeiras, por parte dos agentes CESNIK QUINTINO E SALINAS e da ABA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES, pois essa seria, junto ao valor elevado da CONDECINE, mais uma barreira para a entrada de obras estrangeiras no país, além de ser mais uma burocracia desnecessária, já que o CRT, dessa forma, poderá demorar alguns dias a mais a ser emitido.

Parece-nos que a obrigação do recolhimento da CONDECINE para emissão do número do CRT – e consequentemente, da autorização para comunicação pública da obra publicitária estrangeira – não constitui barreira à entrada de obras estrangeiras no país, já que a alteração proposta exige apenas a confirmação do recolhimento da CONDECINE pelo requerente, conciliação bancária que atualmente não ultrapassa dois dias úteis a contar do pagamento na rede bancária. Ademais, a emissão do CRT, após a referida conciliação bancária, ocorrerá de forma automática pelo Sistema Ancine Digital.

Ademais, a MP 2.228-1/2001 é expressa, em seu art. 25, ao determinar que a obra publicitária estrangeira só pode ser veiculada após o recolhimento da CONDECINE

*Art. 25. Toda e qualquer obra cinematográfica ou videofonográfica **publicitária estrangeira** só poderá ser veiculada ou transmitida no País, em qualquer segmento de mercado, devidamente adaptada ao idioma português e **após pagamento da Condecine**, de que trata o art. 32.*

Verifica-se ainda que a própria lei, conforme se depreende da leitura do §1º do art. 28, dispensou tratamento não isonômico entre as obras publicitárias estrangeiras e brasileiras.

Art. 28. (...)

*§ 1º No caso de obra cinematográfica ou obra videofonográfica **publicitária brasileira**, após a solicitação do registro do título, a mesma 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.*

b.2) Foi recebida manifestação, por parte da APROSSOM - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS PRODUTORAS DE FONOGRAMAS PUBLICITÁRIOS, para inclusão de definição de “Empresa Produtora Brasileira de áudio”.

Quanto a esse ponto, reitera-se a explicação fornecida no tópico I, item “b.2”.

Destacamos também que as duas atividades CNAEs mencionadas pela associação em sua contribuição (CNAE 59.20-1-00 - Atividades de gravação de som e de edição de música, e CNAE 59.12-0-02 - Serviços de mixagem sonora em produção audiovisual), já foram contempladas no rol de atividades econômicas exigidas para enquadramento como “empresa produtora” para fins de produção de obras publicitárias (regra do §1º art. 1º da IN 95).

IN 95:

Art. 1º (...)

*§1º 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 subclasses 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.*

As contribuições dos itens “b.1” e “b.2” não foram acatadas.

III) ARTIGO 1º - alteração no artigo 5º da IN 95

a) Texto originalmente submetido à Consulta Pública

“Art. 5º.....

§ 1º.....

a) Pelo menos 1 (um) dos diretores da obra audiovisual deve ser brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de 3 (três) anos e ter no mínimo 05 (cinco) obras publicitárias registradas na ANCINE na qual conste como único diretor;” (NR)

b) Síntese e Análise das Contribuições

Foram recebidas manifestações a respeito da alteração da regra para a permissão da utilização de codiretor estrangeiro em obras brasileiras filmadas ou gravadas no Brasil, por parte dos agentes CESNIK QUINTINO E SALINAS, da empresa produtora OFF-HOLLYWOOD PRODS, da TAP/BRASIL - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA, da ABA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES, da ABDTIC – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DIREITO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E DAS COMUNICAÇÕES e da APROSSOM - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS PRODUTORAS DE FONOGRAMAS PUBLICITÁRIOS.



Todos se opuseram à criação da nova exigência de um mínimo de 5 obras para o codiretor brasileiro ou estrangeiro residente, sob alegação de que “o instituto da codireção é muito utilizado para troca de experiências e a adoção de novos pontos de vista ao produto final da obra, sem que haja uma hierarquia direta entre os profissionais envolvidos” ou, ainda, de que a nova regra dificultaria sobremaneira “a possibilidade de realizar uma co-produção internacional” e que “tal exigência tornaria o processo de codireção extremamente burocrático”.

No caso da empresa produtora OFF-HOLLYWOOD PRODS, foi sugerido, ainda, a exclusão da exigência que já existe atualmente de um mínimo de 240 obras registradas em nome da produtora.

Já no caso da APROSSOM, foi sugerido, adicionalmente, que no caso de “produtoras de áudio”, excluam-se, inclusive, as exigências da Instrução Normativa em vigor, ou seja, mínimo de 5 anos de registro na ANCINE e mínimo de 240 obras registradas em nome da produtora.

Quanto à nova regra sugerida de exigir-se um mínimo de 5 obras registradas na ANCINE dirigidas exclusivamente pelo codiretor brasileiro (ou estrangeiro residente), ressalta-se que a intenção da nova regra busca evitar a utilização de um codiretor brasileiro meramente figurativo, apenas com o intuito de cumprimento da regra da ANCINE, sendo que, de fato, a obra é dirigida integralmente pelo assim nominado codiretor estrangeiro. Dessa forma, ao exigir-se um mínimo de 5 obras dirigidas exclusivamente pelo codiretor brasileiro (ou estrangeiro residente), minimiza-se o risco de utilização de diretores que não foram diretores de fato, uma vez que apenas diretores que já comprovaram terem realizado o mínimo proposto de 05 obras publicitárias poderão participar das codireções internacionais. Ressalta-se, no entanto, que, de fato, a nova regra pode vir a inviabilizar a realização de obras com codireção internacional com a participação de diretores brasileiros iniciantes, mesmo que estes sejam diretores de fato das obras.

Ressalta-se, por fim, que essa demanda se originou do próprio mercado, que tem constatado o subterfúgio da utilização de diretor brasileiro meramente para fins de atendimento de cumprimento de dispositivo legal da ANCINE, sem ter exercido de fato a função de direção.

Pelos mesmos motivos, a SRE entende que não se deve eliminar a regra atual, que exige o mínimo de 240 obras em nome da empresa produtora.

Quanto à contribuição da APROSSOM, de eliminação das regras de codireção para as empresas “produtoras de áudio”, a SRE entende, considerando o princípio da isonomia, que a regra de codireção não deve ser flexibilizada ou diferenciada em função da atividade econômica da empresa produtora.

As contribuições para este dispositivo não foram acatadas.

IV) ARTIGO 1º - alteração no artigo 11 da IN 95

a) Texto originalmente submetido à Consulta Pública

Art. 1º. A Instrução Normativa nº. 95, de 08 de dezembro de 2011, passa a vigorar com as seguintes alterações:

(...)

“Art. 11.....

Parágrafo único.....

b) no caso de Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada 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; declaração assinada por diretor e empresa produtora, conforme Anexo III desta Instrução Normativa. “ (NR)

b) Síntese e Análise das Contribuições

b.1) Foram recebidas manifestações da CESNIK QUINTINO E SALINAS, da ABA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES e da TAP – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA contrárias à criação da declaração, conforme novo Anexo III, com alegação de que a exigência acaba por “por gerar o aumento da burocracia e estabelecer entraves limitadores a este tipo de operação” e que a declaração proposta “pode ser substituída por uma declaração da empresa produtora de que os requisitos estão sendo atendidos”. Ademais, a TAP opina que “com a maior dificuldade de produção de obras publicitárias por empresas brasileiras, a tendência será que bons profissionais brasileiros desta área migrem para empresas estrangeiras, ocasionando em uma verdadeira emigração de mentes e talentos que, temos certeza, não é do interesse da Ancine”.

Atualmente, a declaração de que os requisitos estão sendo atendidos já é de responsabilidade da empresa produtora, uma vez que é ela a responsável pelo fornecimento das informações e documentos no ato do requerimento do CRT.

Dessa forma, a criação de um modelo assinado exclusivamente pela empresa produtora seria redundante, portanto desnecessária. O objetivo de que a declaração seja assinada adicionalmente e conjuntamente pelo diretor visa buscar maior segurança na informação sobre a equipe técnica e artística da obra, visto que o diretor é quem tem o maior conhecimento sobre a efetiva participação da equipe, por exemplo, quem participou efetivamente de cada etapa de produção (pré-produção, produção e pós-produção) e quem efetivamente participou da etapa das filmagens no exterior.

Quanto à possível migração de profissionais brasileiros para empresas estrangeiras em caso de maior dificuldade de produção de obras publicitárias estrangeiras, a SRE não vê tal relação de causa e efeito apontada pela TAP Brasil. Ademais, a produção de obras brasileiras no exterior é extremamente reduzida se comparada com a produção de obras no próprio território brasileiro, não nos parecendo que a fuga de talentos para o exterior, em virtude dessas medidas, seja um risco real.

b.2) Foi recebida contribuição da APRO - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA PRODUÇÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS sugerindo a substituição da exigência de apresentação da nota fiscal por uma exigência mais geral, com abertura a diversos documentos possíveis. O texto proposto por eles é “cópia de documento idôneo de comprovação do faturamento do valor do contrato de produção da produtora”. Eles alegam que a nota fiscal não é “o único meio capaz de comprovar o efetivo recebimento do valor exposto no contrato, sendo possível, como exemplo ilustrativo, em operações entre pessoas físicas ou jurídicas sediadas em países distintos, a emissão de *invoice* (termo inglês para designar fatura), contrato de câmbio, entre outros documentos possíveis”. Eles informam ainda, como justificativa, “o fato de a produção de filmes não ser tributada pelo ISS, tendo em vista que o item 13.01 da Lista Anexa à Lei Complementar 116/03 sofreu veto



presidencial, motivo pelo qual as produtoras contabilizam tais receitas por meio de emissão de nota fatura, uma vez que a emissão de nota fiscal eletrônica (meio usual para tais fins) é impossibilitada por questões operacionais dos sistemas locais.”

A nota fiscal é um dos documentos exigidos no momento do requerimento de emissão do CRT, e que, em conjunto com o contrato de produção e contrato com diretor, visa comprovar a realização da obra publicitária pela empresa produtora requerente do CRT.

No entanto, considerando os argumentos trazidos pela APRO, a SRE não vê prejuízo, nos casos em que haja a comprovada dispensa de emissão da nota fiscal, na aceitação de documento idôneo a comprovar a realização do serviço de produção da obra publicitária, uma vez que a finalidade da exigência não é de comprovar o recolhimento de tributo devido pela prestação do serviço, mas sim, como explicado acima, comprovar a execução do serviço pactuado, conforme contrato de produção encaminhado, pela demonstração do efetivo recebimento dos valores contratuais para produção da obra.

A SRE opina pela manutenção da exigência da nota fiscal como regra geral, admitida a apresentação de documento que garanta de forma idônea o efetivo recebimento dos valores relativos aos serviços de produção prestados pela empresa produtora, e, assim, sugere a inclusão do trecho destacado a seguir:

“Art. 11.....
Parágrafo único.....

b) no caso de Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Exterior: cópia do contrato de produção, cópia da nota fiscal da produtora **ou, nos casos de comprovada dispensa de sua emissão, cópia de documento que ateste o efetivo recebimento dos valores relativos aos serviços de produção prestados pela empresa 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; declaração assinada por diretor e empresa produtora, conforme Anexo III desta Instrução Normativa. “
(NR)

Caso seja acatada a sugestão de redação apresentada, o trecho inserido deverá ser replicado também na alínea “a” do parágrafo único do artigo 11.

b.3) Foi recebida uma contribuição por parte da APROSSOM - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS PRODUTORAS DE FONOGRAMAS PUBLICITÁRIOS, sugerindo a inclusão de obrigatoriedade de fornecimento da informação sobre a “produtora de áudio”, acompanhado do envio obrigatório das “cópias dos contratos de produção de áudio e de vídeo” e das “cópias das notas fiscais das produtoras de áudio e de vídeo”.

A ANCINE reconhece a importância da produção fonográfica brasileira, conforme já explicado no tópico “1”, item “b.2”. No entanto, a informação sobre a produtora de áudio não é condição necessária para definição da nacionalidade das obras e tampouco no valor de CONDECINE devido, sendo sua exigência desprovida de ganho regulatório.

As contribuições “b.1” e “b.3” não foram acatadas e a contribuição “b.2” foi acatada parcialmente.

V) ARTIGO 1º - alteração no artigo 15 da IN 95

a) Texto originalmente submetido à Consulta Pública

Art. 1º. A Instrução Normativa nº. 95, de 08 de dezembro de 2011, passa a vigorar com as seguintes alterações:

(...)

“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 valor definido em regulamento pelo Poder Executivo Federal, nos termos do §5º do art. 33 da Medida Provisória 2.228-1, de 06 de setembro de 2001, e recebimento dos documentos e informações previstos no art. 11.

§ 1º. No caso da Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Brasil e da Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Exterior, a emissão do número do Certificado de Registro de Título - CRT se dará imediatamente após o envio do requerimento de registro.

§2º No caso de Obra Audiovisual Publicitária Estrangeira, a emissão do número do Certificado de Registro de Título se dará após o pagamento da correspondente CONDECINE, conforme valor definido em regulamento pelo Poder Executivo Federal, nos termos do §5º do art. 33 da Medida Provisória 2.228-1, de 06 de setembro de 2001.” (NR)

b) Síntese e Análise das Contribuições

Foram recebidas manifestações da TAP – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA, da ABA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES e da CESNIK QUINTINO E SALINAS sugerindo a exclusão dos parágrafos §1º e 2º, sob alegação de que “o mercado publicitário é dinâmico e as campanhas publicitárias tem uma velocidade e interesse mercadológico que não podem se subordinar à atividade burocrática da ANCINE” e que trata-se de “uma medida antieconômica” e que “de outro lado, fazer essa norma incidir somente em relação à obra publicitária estrangeira, isso significa um tratamento discriminatório e não isonômico e portanto inconstitucional porque não há qualquer razão ou fundamento para tal discriminação”, constituindo-se, ainda, em “uma barreira negativa à entrada de conteúdo estrangeiro no país”.

Primeiramente, a SRE esclarece que a regra do parágrafo §1º já está em vigor, sendo aplicada, na verdade, desde a criação da ANCINE em 2002. Não há, portanto, nenhuma inovação em relação ao tratamento dado às obras brasileiras filmadas no Brasil e filmadas no exterior no que se refere à geração do número e emissão do CRT. O objetivo do texto apenas foi de deixar a regra mais clara, explicando o tratamento específico para cada tipo de obra (brasileira filmada no Brasil, filmada no exterior e estrangeira).



Já em relação às obras estrangeiras, de fato, a nova regra prevê que o número do CRT passe a ser fornecido pela ANCINE apenas após o recolhimento da CONDECINE, contrariamente ao que ocorre atualmente, quando o número é gerado já no momento do requerimento, tal como ocorre com as obras brasileiras. Quanto a essa alteração, reiteramos a explicação dada no tópico II, item "b.1", a saber, que a MP 2.228-1/2001 é *expressa*, em seu art. 25, ao determinar que a obra publicitária estrangeira só pode ser veiculada após o recolhimento da CONDECINE. O parágrafo 2º traz, portanto, um ajuste nos procedimentos da ANCINE visando sua adequação à norma. Quanto à alegação de criação de uma barreira à entrada de obras estrangeiras, ver também o referido tópico II, item "b.1".

As contribuições para este dispositivo não foram acatadas.

VI) ARTIGO 1º - alteração no artigo 18 da IN 95

a) Texto originalmente submetido à Consulta Pública

Art. 1º. A Instrução Normativa nº. 95, de 08 de dezembro de 2011, passa a vigorar com as seguintes alterações:

(...)

"Art. 18....."

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; cópia de documento de identidade do(s) diretor(es) e dos 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 obra; cópia de registro audiovisual ou fotográfico dos bastidores da realização 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; cópia de documento de identidade do(s) diretor(es) e dos artistas e técnicos utilizados na produção da obra, empregados nas funções especificadas no artigo 7º desta Instrução Normativa; comprovante de execução de despesas no exterior na compra de mercadorias ou contratação de serviços no exterior relacionados à produção da obra". (NR)

b) Síntese e Análise das Contribuições

b.1) Houve contribuição da APRO - Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais sugerindo a substituição da exigência de apresentação da nota fiscal por uma exigência mais geral, com abertura a diversos documentos possíveis. Trata-se, portanto, de sugestão similar já incluída e comentada pela SRE no tópico IV, item "b.2".

A SRE sugere a seguinte redação para o art. 18 da IN 95:

Art. 18. (...)

I - se obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no Brasil: cópia da obra; notas fiscais; **documentos que atestem o efetivo recebimento dos valores relativos aos serviços de produção prestados pela empresa produtora**; 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; **documentos que atestem o efetivo recebimento dos valores relativos aos serviços de produção prestados pela empresa produtora**; 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;

b.2) Houve contribuição da APRO - Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais, da TAP - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA, do CESNIK QUINTINO E SALINAS, da ABDTIC - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DIREITO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E DAS COMUNICAÇÕES e da ABA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES, no sentido contrário à inclusão de novos documentos no rol de documentos de guarda obrigatória, em especial a exigência da guarda da "cópia de registro audiovisual ou fotográfico dos bastidores da realização da obra", da "cópia de documento de identidade do(s) diretor(es) e dos artistas e técnicos utilizados na produção da obra, empregados nas funções especificadas no artigo 7º desta Instrução Normativa" e do "comprovante de execução de despesas no exterior na compra de mercadorias ou contratação de serviços no exterior relacionados à produção da obra", sob alegação de que "a documentação apresentada já é suficiente para a realização de uma fiscalização correta e eficiente por esta Agência" e que as novas exigências resultarão "em custos significativos e num entrave burocrático excessivo para as produtoras que terão que se preocupar ainda com o registro dos bastidores, envolvendo equipamento e profissional específico para tanto".

A SRE, em sua rotina de trabalho, identificou ser necessária a apresentação de documentos adicionais para uma melhor análise dos registros de obras brasileiras filmadas no exterior. Como o correto enquadramento de uma obra publicitária tem impacto direto no valor devido da CONDECINE, é importante que a área disponha do maior número possível de elementos que auxiliem a análise sobre a correta nacionalidade e classificação da obra, em especial porque há enorme variação no valor da CONDECINE entre as obras brasileiras e estrangeiras. Ressalta-se, ainda, o volume relativamente baixo de obras brasileiras filmadas no exterior, de modo que a medida impactará apenas uma pequena fatia do mercado publicitário.



Destacamos, por fim, por ocasião da primeira consulta pública da minuta de alteração da IN 95, a partir de contribuições que eram contrárias à solicitação de guarda desses novos documentos para os registros de obras brasileiras filmadas no Brasil, tipo de obra que representa a imensa maioria da produção publicitária brasileira, o que geraria custos administrativos aos produtores desproporcionais aos ganhos regulatórios, a ANCINE acatou a sugestão e propôs no novo texto a guarda apenas para os casos das obras filmadas no exterior.

Assim, a SRE entende ser relevante a manutenção da exigência de guarda desses novos documentos na forma apresentada na minuta colocada em Consulta Pública.

A contribuição do item "b.1" foi acatada parcialmente, conforme explicado no item "b.2" do tópico IV, e a contribuição do item "b.2" não foi acatada.

VII) ARTIGO 1º - alteração no artigo 24 da IN 95

a) Texto originalmente submetido à Consulta Pública

Art. 1º. A Instrução Normativa nº. 95, de 08 de dezembro de 2011, passa a vigorar com as seguintes alterações:

(...)

"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 definido em regulamento pelo Poder Executivo Federal, nos termos do §5º do art. 33 da Medida Provisória 2.228-1, de 06 de setembro de 2001." (NR)

b) Síntese e Análise das Contribuições

Houve contribuição da TAP - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA no sentido de remover-se a parte do texto que menciona a possibilidade da CONDECINE ser definida "em regulamento pelo Poder Executivo Federal", sob justificativa que o "valor de tributos são definidos em Lei, razão pela qual o art. 24 caput deve fazer referência exclusivamente à Lei e não a regulamentos do Poder Executivo, que não tem competência para majorar tributos."

A SRE destaca que a previsão da CONDECINE ser definida por meio de ato do Poder Executivo Federal já está contida na Medida Provisória 2.228-1/01, em seu art. 33, §5º. Dessa forma, não se trata de inovação por parte da ANCINE, mas apenas de uma referência ao texto legal da referida MP:

Art. 33 (..)

§ 5º Os valores da Condecine poderão ser atualizados monetariamente pelo Poder Executivo federal, até o limite do valor acumulado do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) correspondente ao período entre a sua última atualização e a data de publicação da lei de conversão da Medida Provisória no 687, de 17 de agosto de 2015, na forma do regulamento. (Redação dada pela Lei nº 13.196, de 2015)

Destacamos, por fim, que os valores atualmente em vigor da CONDECINE já não são mais aqueles definidos no Anexo I da MP 2.228-1/01, e sim aqueles definidos pela Portaria Interministerial nº 835, de 13 de outubro de 2015.

A contribuição para este dispositivo não foi acatada.

VIII) ARTIGO 2º - inclusão no artigo 1º da IN 95

a) Texto originalmente submetido à Consulta Pública

Art. 2º. A Instrução Normativa nº. 95/11 passa a vigorar com as seguintes inclusões:

“Art. 1º.....

.....
XXVIII-A – Segmento de Mercado Audiovisual – Publicidade audiovisual na Internet: conjunto de atividades encadeadas, realizadas por um ou vários agentes econômicos, necessárias à veiculação de obras audiovisuais publicitárias na Internet.

.....
§ 4º Para os fins desta Instrução Normativa, entende-se como Internet a definição presente no Marco Civil da Internet, Lei nº. 12.965, de 23 de abril de 2014, ou aquela em Lei posterior que a substitua.

§ 5º Para os fins desta Instrução Normativa, será considerado que o produto da fixação ou transmissão de imagens tem a finalidade de criar a impressão de movimento quando for produzido para comunicação pública a 23 (vinte e três) quadros por segundo, no mínimo.”
(NR)

b) Síntese e Análise das Contribuições

Houve um grande número de manifestações contrárias a este dispositivo, em conjunto com todos os demais dispositivos que tratam da mesma matéria, a saber, a criação do segmento “publicidade audiovisual na internet”, com a consequente obrigação de registro e recolhimento de CONDECINE. As entidades que se manifestaram contrárias foram: TAP - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA, ABA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES, APRO - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA PRODUÇÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS, da CAMARA BRASILEIRA DE COMERCIO ELETRONICO, do CESNIK QUINTINO E SALINAS, do IAB - INTERACTIVE ADVERTISING BUREAU, da ABRANET - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE INTERNET, da ABDTIC – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DIREITO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E DAS COMUNICAÇÕES, da BRASSCOM - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO e da OI MÓVEL S.A..

O principal questionamento diz respeito à possibilidade de criação de um novo segmento pela ANCINE, que não teria competência para tanto, alegando que tal ação só poderia ser realizada por meio de lei específica, e que não houve um debate com a sociedade sobre o assunto. No caso específico da APRO, não foi questionada a possibilidade da ANCINE criar o segmento, mais sim a redação dos dispositivos, que seria muito ampla, abrindo a possibilidade de utilização de subterfúgios para “fugir da tributação”, em especial devido à redação do § 5º. A ABA e o CESNIK QUINTINO E SALINAS, por sua vez, destacam que “há um dinamismo maior nas ações publicitárias



realizadas na internet” e que o mercado “será prejudicado com a obrigatoriedade do recolhimento prévio da CONDECINE”.

Primeiramente, cabe salientar a importância da internet para o mercado publicitário. A publicidade da internet já é uma realidade há um bom tempo, e cresce ano a ano, enquanto que mercados mais tradicionais, com a publicidade em TV aberta, por sua vez, registram quedas no volume de obras ano após ano. Dessa forma, nos parece lógica a obrigação de registro, com o respectivo recolhimento da CONDECINE, para as obras publicitárias veiculadas nesse segmento de mercado, não apenas por se tratar de segmento extremamente relevante, mas também como forma de se buscar a isonomia com a publicidade realizada para os demais segmentos de mercado, onde já existe há obrigação de registro e do recolhimento da CONDECINE.

Em relação à alegação de que a ANCINE estaria criando um novo segmento, o que seria ilegal, já que isso só poderia ser feito por meio de lei, destacamos que a Medida Provisória 2.228-1/01, em seu artigo 7º, prevê que compete à ANCINE “atualizar, em consonância com a evolução tecnológica, as definições referidas no art. 1º desta Medida Provisória.” Entre as definições do artigo 1º da referida MP, encontra-se a definição de “segmento de mercado” como “mercados de salas de exibição, vídeo doméstico em qualquer suporte, radiodifusão de sons e imagens, comunicação eletrônica de massa por assinatura, mercado publicitário audiovisual **ou quaisquer outros mercados que veiculem obras cinematográficas e videofonográficas**”. Dessa forma, compete à ANCINE atualizar e definir quais são esses “quaisquer outros segmentos” surgidos ou alterados em função da evolução tecnológica.

Assim, ressalta-se que a inclusão do segmento de mercado “Publicidade audiovisual na Internet” como um dos “outros mercados”, não se trata da criação de novo segmento de mercado, mas apenas visa delimitar o alcance da expressão “outros mercados”, passando a reconhecer o segmento de “Publicidade audiovisual na internet” como parte integrante do segmento chamado de “outros mercados”. Ademais, cabe registrar que, a rigor, pela interpretação literal da lei, toda e qualquer veiculação de obra publicitária no país estaria sujeito ao registro e recolhimento da CONDECINE.

Quanto à proposta de nova redação para o segmento “Publicidade audiovisual na Internet” proposta pela APRO, a SRE entende que a redação original da minuta é a mais adequada, uma vez que ela faz referência à definição de “obras publicitárias”, já presentes na lei e na própria IN 95, e de amplo conhecimento do mercado, já que não houve alteração no conceito. A nova definição proposta pela APRO traz, em seu escopo, uma nova definição do que seriam obras publicitárias, diferenciando assim o que seria “obra publicitária” na internet do que seria “obra publicitária” nos demais segmentos, diferenciação que não nos parece adequada do ponto de vista jurídico e tampouco do ponto de vista operacional.

Quanto ao § 5º, a redação proposta busca, de fato, eliminar da obrigação de registro a publicidade do tipo *gif* animado, *banners* e outros tipos de publicidade não profissionais, já que a publicidade profissional é realizada, no mínimo com taxa de 24 quadros por segundo.

Quanto ao questionamento de que a obrigação de registro e do recolhimento da CONDECINE previamente à veiculação da obra seria prejudicial ao segmento, devido ao seu dinamismo, a SRE entende que não haverá tal prejuízo alegado pelos agentes, uma vez que, mesmo para internet, é

preciso haver a contratação da publicidade previamente a sua veiculação, momento a partir do qual já se poderia proceder à realização do registro. Ademais, a obrigação de registro prévio das obras audiovisuais e do consequente recolhimento da CONDECINE é uma obrigação expressa da MP 2.228-1/01, independentemente do tipo da obra e do segmento de mercado.

As contribuições para este dispositivo não foram acatadas.

IX) ARTIGO 2º - inclusão no artigo 2º da IN 95

a) Texto originalmente submetido à Consulta Pública

Art. 2º. A Instrução Normativa nº. 95/11 passa a vigorar com as seguintes inclusões:

(...)

“Art. 2º.....

.....
§ 2º. A Obra Audiovisual Publicitária Estrangeira somente poderá ser comunicada publicamente após emissão do Certificado de Registro de Título – CRT pela ANCINE. “ (NR)

b) Síntese e Análise das Contribuições

Foram recebidas manifestações da TAP - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA e do escritório de advocacia CESNIK QUINTINO E SALINAS pela exclusão do §2º.

Em linhas gerais, as manifestações aduzem que "embora seja pertinente, a diferenciação entre uma obra audiovisual publicitária brasileira e uma obra audiovisual publicitária estrangeira sugerida é prejudicial ao mercado atual e vai na contramão tanto da estratégia de redução de burocracia adotada pela ANCINE, quanto do processo evolutivo que vem sendo implementado, no qual, cada vez mais, são realizados lançamentos e exibições simultâneas de obras audiovisuais (...) publicitárias para vários países.". Alegam ainda que "fazer essa norma incidir somente em relação à obra publicitária estrangeira, (...) significa um tratamento discriminatório e não isonômico e portanto inconstitucional porque não há qualquer razão ou fundamento para tal discriminação.

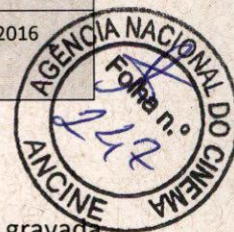
Tratam-se de contribuições similares as apresentadas e já comentadas pela SRE no tópico II, item “b.1”.

As contribuições para este dispositivo não foram acatadas.

X) ARTIGO 2º - inclusão no artigo 4º da IN 95

a) Texto originalmente submetido à Consulta Pública

Art. 2º. A Instrução Normativa nº. 95/11 passa a vigorar com as seguintes inclusões:



(...)

"Art. 4º....."

§3º Excepcionalmente, no caso de obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no Brasil, fica autorizado o uso de conteúdos audiovisuais não produzidos por empresa produtora brasileira em duração superior a 20% (vinte por cento) do tempo total de duração da obra, exclusivamente nas obras publicitárias destinadas à oferta, por empresa brasileira, de serviços de venda de ingressos para eventos artísticos, culturais ou esportivos internacionais realizados no Brasil ou de pacotes para destinos e atrações turísticas no exterior, e desde que o cedente das imagens não seja o próprio anunciante e não possua vínculo societário com o mesmo. " (NR)

b) Síntese e Análise das Contribuições

Foram recebidas manifestações da TAP - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA e da ABDTIC – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DIREITO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E DAS COMUNICAÇÕES.

As manifestações apresentadas sugerem a exclusão da parte final do §3º ("...e desde que o cedente das imagens não seja o próprio anunciante e não possua vínculo societário com o mesmo.").

As argumentações são no sentido de que "a limitação à utilização de imagens do próprio anunciante, ou de cedente que não possua vínculo societário com o anunciante, não tem qualquer sentido prático ou jurídico.", uma vez que este novo parágrafo já delimita "a fatia do mercado publicitário que poderá se beneficiar de tal utilização" ("serviços de venda de ingressos para eventos artísticos, culturais ou esportivos internacionais realizados no Brasil ou de pacotes para destinos e atrações turísticas no exterior"). Alegam, ainda, que nos "eventos artísticos, culturais ou esportivos internacionais, o detentor dos direitos sobre as imagens do evento (ou de edições anteriores do mesmo, que seriam utilizadas para a produção da peça publicitaria) certamente será o organizador do evento, que também será o anunciante.". Acrescenta, também, a mesma contribuição, que o mesmo fato "ocorre para peças que ofertem pacotes para destinos e atrações turísticas no exterior"(...), como no caso de anúncio de parques temáticos, já que "certamente utilizaria imagens previamente captadas pela própria organização do parque para fins de divulgação, não podendo fazer uso desse benefício."

A SRE se manifesta pela manutenção do trecho "o cedente das imagens não seja o próprio anunciante e não possua vínculo societário com o mesmo", uma vez que o objetivo da regra é, de fato, flexibilizar o uso das imagens apenas para o agente brasileiro que oferte ingressos para eventos/pacotes de turismo, ainda que indiretamente exista uma divulgação do artista/destino turístico em si.

Como exemplo, nos casos de anúncio realizado diretamente por um parque temático, que utilize imagens pertencentes a ela própria, não poderia utilizar ultrapassar o limite de 20% do tempo

com as imagens de arquivo (se exceder, será uma obra estrangeira). Já o anúncio de uma companhia de turismo brasileira utilizando imagens cedidas pelo parque temático poderia ultrapassar o limite de 20%. Podemos dar como exemplo também campanhas promovidas por secretarias/departamentos de turismo de governos internacionais sendo exibidas no Brasil ou propagandas de viagens de cruzeiro promovidas pela própria companhia. Tais campanhas também ficariam fora do escopo proposto para esta flexibilização.

A contribuição para este dispositivo não foi acatada.

Ainda sobre esse dispositivo, ver alteração proposta no item XVII mais abaixo.

XI) ARTIGO 2º - inclusão no artigo 7º da IN 95

a) Texto originalmente submetido à Consulta Pública

Art. 2º. A Instrução Normativa nº. 95/11 passa a vigorar com as seguintes inclusões:

(...)

“Art. 7º.....

§4º. No caso de Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Exterior, as seguintes funções deverão ser desempenhadas exclusivamente por brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de 3 (três) anos: diretor, diretor de arte, cenógrafo, produtor executivo, diretor de fotografia, e operador de câmera.

§5º. O diretor, bem como os artistas e técnicos utilizados na produção da obra empregados nas funções especificadas no § 4º deste artigo, deverão participar de todas as etapas das filmagens ou gravações da obra, inclusive aquelas realizadas no Exterior. “ (NR)

b) Síntese e Análise das Contribuições

b.1) Foram recebidas manifestações do escritório de advocacia CESNIK QUINTINO E SALINAS, da APRO - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA PRODUÇÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS e da ABA- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES pela exclusão dos §§4º e 5º.

A TAP - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA também se manifestou pela exclusão integral do §5º, mas sugere a manutenção do §4º com alteração nas funções que deverão ser desempenhadas exclusivamente por brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de 3 anos.

A TAP propõe que apenas as funções de diretor, produtor executivo e operador de câmera sejam desempenhadas exclusivamente por brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de 3 anos. Alega, ainda, que os requisitos previstos no dispositivo colocado em consulta pública "burocratizam e dificultam a produção da obra publicitária brasileira filmada no exterior."

Já a ABDTIC – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DIREITO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E DAS COMUNICAÇÕES questiona a “presença do produtor executivo e do operador de câmera nesse rol”, já que “não se tratam de funções artísticas”. Acrescenta, ainda, que “o produtor executivo, na acepção brasileira, faz a relação com as contratações necessárias à produção da Obra, e, numa



obra filmada ou gravada no exterior, é importante a presença de um produtor executivo local, por conveniência e por desoneração econômica da produção da obra".

Em linhas gerais, as manifestações aduzem que a MP nº 2.228-1/2001, ao definir o que se entende por obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira filmada no exterior, não determina quais os profissionais que deverão participar de todas as etapas da obra ou das filmagens realizadas no exterior, mas tão somente assegura que o diretor e 1/3 do restante da equipe, sejam brasileiros ou estrangeiros residentes do Brasil por mais de um determinado período. Assim, por ser a MP nº 2.228-1/2001 norma hierarquicamente superior à Instrução Normativa, não poderia esta última inovar em relação ao ordenamento jurídico, devendo ater-se, tão somente, a regular e/ou esclarecer os entendimentos exarados nas normas superiores. Alega-se ainda que a exclusão sugerida "se orienta no sentido de garantir maior eficácia e competitividade da indústria audiovisual publicitária nacional diante seus inúmeros concorrentes" e que "a obrigatoriedade de utilizar os indivíduos listados em todas as etapas de gravação da obra limitaria em muito o processo criativo da produtora no momento das filmagens e produção da obra publicitária."

A SRE entende que a proposta não exorbita os limites legais impostos pela MP 2.228-1/01, mas tão somente visa dispor de forma clara e objetiva sobre a composição da equipe técnica exigida para a realização da obra brasileira no exterior, conforme estabelecido na própria MP.

Com a modificação proposta, assegurando não apenas a presença do diretor brasileiro durante a fase de filmagem da obra no exterior, mas também a participação de um número mínimo de brasileiros na equipe técnica enviada ao exterior, em funções consideradas essenciais para realização da obra, o dispositivo estará, em nossa opinião, garantindo maior proteção à mão de obra nacional, e, portanto, mais aderente à finalidade buscada pelo legislador, já que o conceito legal colocará como condição que a obra seja "realizada no exterior" e "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".

No que tange à sugestão de exclusão de algumas funções do rol do dispositivo, pelo fato de tratarem-se de funções "meramente técnicas", e não "artísticas", cabe destacar que a definição de obras publicitárias brasileiras filmadas no exterior fala em "artistas e técnicos", e não apenas em "artistas", de modo que a justificativa apresentada para exclusão dessas funções não procede. Ademais, como já referido, a norma define este tipo obra como aquela realizada no exterior, sendo essencial, em nosso entendimento, a presença, na etapa de filmagem/gravação da obra no exterior, das principais funções necessárias à realização da obra publicitária.

A contribuição para este dispositivo não foi acatada.

XII) ARTIGO 2º - inclusão no artigo 24 da IN 95

a) Texto originalmente submetido à Consulta Pública

Art. 2º. A Instrução Normativa nº. 95/11 passa a vigorar com as seguintes inclusões:
(...)

“Art.24.....
§2º
V – Publicidade audiovisual na Internet. ” (NR)

b) Síntese e Análise das Contribuições

Houve um grande número de manifestações contrárias a este dispositivo, em conjunto com todos os demais dispositivos que tratam da mesma matéria, a saber, a criação do segmento “publicidade audiovisual na internet”, com a consequente obrigação de registro e recolhimento de CONDECINE. As entidades que se manifestaram contrárias foram: TAP - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA, ABA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES, APRO - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA PRODUÇÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS, da CAMARA BRASILEIRA DE COMERCIO ELETRONICO, do CESNIK QUINTINO E SALINAS, do IAB - INTERACTIVE ADVERTISING BUREAU, da ABRANET - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE INTERNET, da ABDTIC – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE DIREITO DA TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E DAS COMUNICAÇÕES, da BRASSCOM - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO e da OI MÓVEL S.A..

Tratam-se das mesmas contribuições apresentadas e já comentadas pela SRE no tópico VIII. As contribuições para este dispositivo, assim como no tópico VIII, não foram acatadas.

XIII) ARTIGO 3º - inclusão do anexo na IN 95

a) Texto originalmente submetido à Consulta Pública

Art. 3º. Inclui-se na Instrução Normativa nº. 95/11 o Anexo desta Instrução Normativa.

b) Síntese e Análise das Contribuições

Houve manifestação por parte do escritório de advocacia CESNIK QUINTINO E SALINAS pela exclusão do anexo III.

Trata-se da mesma contribuição apresentada e já comentada pela SRE nos tópicos IV e XI.

A contribuição para este dispositivo não foi acatada.

XIV) ARTIGO 4º alteração do artigo 21 da IN 105

a) Texto originalmente submetido à Consulta Pública

Art. 4º. A Instrução Normativa nº. 105, de 10 de julho de 2012, passa a vigorar com as seguintes alterações:

“Art. 21. A CONDECINE será devida uma vez a cada 05 (cinco) anos, por título de obra audiovisual não publicitária, por segmento de mercado audiovisual em que seja comunicada

publicamente, conforme valor definido em regulamento pelo Poder Executivo Federal, nos termos do §5º do art. 33 da Medida Provisória 2.228-1, de 06 de setembro de 2001." (NR)



b) Síntese e Análise das Contribuições

A TAP - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA se manifestou pela alteração do artigo 21, propondo a seguinte redação:

"Art. 21. A CONDECINE será devida uma vez a cada 05 (cinco) anos, por título de obra audiovisual não publicitária, por segmento de mercado audiovisual em que seja comunicada publicamente, conforme valor definido na Medida Provisória 2.228-1, de 06 de setembro de 2001."

A Associação apresenta como justificativa o entendimento de "que valor de tributos são definidos em Lei, razão pela qual o art. 21 caput da IN 105 deve fazer referência exclusivamente à Lei e não a regulamentos do Poder Executivo, que não tem competência para majorar tributos.

(...)

Trata-se de contribuição similar à apresentada e já comentada pela SRE no tópico VII.

A contribuição para este dispositivo não foi acatada.

XV) ARTIGO 7º

a) Texto originalmente submetido à Consulta Pública

Art. 7º. Esta Instrução Normativa entra em vigor 30 (trinta) dias após sua publicação.

b) Síntese e Análise das Contribuições

A CAMARA BRASILEIRA DE COMERCIO ELETRONICO, de forma similar à contribuição encaminhada pela BRASSCOM - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO, argumenta que "faz-se necessário que o prazo de vigência, com relação a este dispositivo, seja alterado, em observância ao princípio da anterioridade tributária, previsto no artigo 150, inciso III, alíneas b e c da Constituição Federal, vez que se constitui ampliação da hipótese de incidência tributária da CONDECINE à Publicidade Audiovisual na Internet, antes não prevista. Assim, por se tratar de nova exigência tributária sobre fatos antes não previstos e jamais tributados, necessário que se observe a anterioridade anual e nonagesimal constitucionalmente asseguradas, incidindo-se a CONDECINE apenas no próximo exercício financeiro (2017) e passados 90 dias da publicação das alterações propostas."

Ambas entidades apresentam, com base nos argumentos replicados acima, a seguinte redação para o artigo 7.

Art. 7º. Esta Instrução Normativa entra em vigor 30 (trinta) dias após sua publicação, exceto quanto ao art. 2º, no que se refere ao inciso V, do art. 24 da IN nº. 95/2011, que entrará em vigor 90 (noventa) dias após sua publicação.

Embora a SRE entenda que não se trate de criação de um novo tributo, mas sim de uma mera atualização conceitual, conforme explicado no tópico VIII, o efeito prático é similar ao da criação de um tributo. Dessa forma, sugerimos acatar a sugestão para observação da anterioridade nonagesimal.

Ademais, considerando as alterações de procedimento de registro e obtenção do CRT para obra estrangeira, que necessitarão de ajustes no SAD, sugere-se a vigência após 90 dias da publicação para o momento de geração do número de CRT.

Dessa forma, a SRE propõe a seguinte redação:

Art. 7º. Esta Instrução Normativa entra em vigor 30 (trinta) dias após sua publicação, exceto quanto ao art. 1º, no que se refere ao parágrafo 2º do art. 15, e ao art. 2º, no que se refere ao inciso V do art. 24 da IN nº. 95/2011, que entrarão em vigor 90 (noventa) dias após sua publicação.

A contribuição para este dispositivo foi acatada.

XVI) Contribuição adicional – alteração do art. 20 da IN 95

a) Texto originalmente submetido à Consulta Pública

Não houve proposta de alteração do art. 28 da IN 95 submetido à consulta pública.

b) Síntese e Análise das Contribuições

Houve sugestão da APROSSOM - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS PRODUTORAS DE FONOGRAMAS PUBLICITÁRIOS para inclusão da informação da “produtora de áudio” na claquete de identificação da obra;

A ANCINE reconhece a importância da produção fonográfica brasileira, conforme já explicado no tópico I, item “b.2”. No entanto, a claquete de identificação da obra deve, em nosso entendimento, servir apenas para a correta identificação da obra, sendo necessário, para este fim, conter apenas um resumo com as principais informações do registro.

A contribuição para este dispositivo não foi acatada.

XVII) Contribuição adicional – alteração do art. 28 da IN 95

a) Texto originalmente submetido à Consulta Pública

Não houve proposta de alteração do art. 28 da IN 95 submetido à consulta pública.

b) Síntese e Análise das Contribuições



Houve proposta do INSTITUTO ZERO A SEIS para alteração do inciso V do art. 28 da IN 95, que trata da isenção de CONDECINE para obras publicitárias brasileiras de caráter beneficente/filantrópico. A proposta do referido agente é que se estenda a referida isenção também para as obras beneficentes estrangeiras. O argumento é de que “as entidades beneficentes ou de interesse público não podem ser obrigadas a incorrer em taxas ou tributações semelhantes aos agentes comerciais e que visam o lucro” e que “a função social das entidades não lucrativas e a necessidade de fazer sua mensagem chegar à população devem ser sobressalentes à taxaçaõ das produções comerciais” e, ainda, que “taxar esta atividade por ter sido composta com partes de material de bancos de imagens é contra o interesse público. Ou ainda, retirar totalmente as obras de entidades beneficentes ou de interesse público da discussão de ser brasileira ou estrangeira, devido, justamente, ao seu interesse ser público e não comercial para fins de taxaçaõ.”

A SRE entende que não é possível estender a isençaõ às obras beneficentes estrangeiras, uma vez que a MP 2.228-1/01 é expressa ao conceder a reduçaõ apenas às obras beneficentes brasileiras:

Art. 39. São isentos da CONDECINE:

(...)

*VIII - obras cinematográficas e videofonográficas publicitárias **brasileiras** de caráter beneficente, filantrópico e de propaganda política;*

No entanto, a SRE concorda com os argumentos do agente e reconhece, a partir da observaçaõ de sua rotina de trabalho, que em geral, quando uma obra publicitária beneficente é classificada como estrangeira, deve-se ao fato de ter sido utilizado um limite superior a 20% de conteúdo advindo de banco de imagens do exterior. Dessa forma, sugere-se a incorporaçaõ parcial da proposta, incluindo-se a possibilidade de uso de banco de imagens de origem estrangeira em quantidade superior a 20% da duraçaõ da obra também para as obras beneficentes. Para isso, propomos a seguinte redaçaõ para o trecho do art. 2º da minuta, em que se propõe a incluçaõ do §3º no art. 4º da IN 95:

Art. 4º.....

...

*§3º Excepcionalmente, no caso de obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no Brasil, fica autorizado o uso de conteúdos audiovisuais não produzidos por empresa produtora brasileira em duraçaõ superior a 20% (vinte por cento) do tempo total de duraçaõ da obra, exclusivamente **nas obras publicitárias de caráter beneficente e/ou filantrópico** e nas obras publicitárias destinadas à oferta, por empresa brasileira, de serviços de venda de ingressos para eventos artísticos, culturais ou esportivos internacionais realizados no Brasil ou de pacotes para destinos e atraçaõs turísticas no exterior, e desde que o cedente das imagens não seja o próprio anunciante e não possua vínculo societário com o mesmo. “ (NR)*

A contribuiçaõ para este dispositivo foi acatada parcialmente.

XVIII) Contribuiçaõ adicional – alteraçãõ do art. 16 da IN 95

a) Texto originalmente submetido à Consulta Pública

Não houve proposta de alteração dos art. 16 e 28 da IN 95 submetidos à consulta pública.

b) Síntese e Análise das Contribuições

Houve contribuição do Agente Econômico FLIX MEDIA sobre a inclusão de isenção de CONDECINE e desobrigação de registro para publicidades de obras audiovisuais (“trailer de filmes”) quando exibidas nos segmentos de salas de exibição e internet.

Com relação ao segmento de salas de exibição, cabe destacar que o texto em vigor da IN 95 já isenta de CONDECINE e desobriga do registro as chamadas de programa e a publicidade de obras audiovisuais.

No que se refere ao segmento de internet, assim como ocorre nos demais segmentos incluídos nos “outros mercados” (ex. “Vídeo por Demanda”), não há previsão de isenção e desobrigação de registro para as chamadas de programa e a publicidade de obras audiovisuais. Isto se deve ao fato da MP 2.228-1/01 (art. 39, Inciso III) não ter expressamente estabelecido a isenção de CONDECINE para este tipo de obra publicitária quando veiculada no segmento “outros mercados”.

No entanto, considerando a finalidade da isenção, que, segundo nosso entendimento, busca concretizar os objetivos estabelecidos nos incisos VII, VII e IX do art. 6º da MP, nos parece que houve uma omissão não desejada pelo legislador, que à época da edição da MP em 2001 não previa a existência de mercados relevantes além dos 4 segmentos de mercado expressamente indicados no dispositivo que estabelece a isenção em comento.

Assim, tendo em vista os objetivos e a finalidade da isenção concedida para as chamadas de programas e publicidade de obras audiovisuais, a SRE propõe a inclusão de “outros mercados” nos dispositivos da IN 95 que tratam da isenção de CONDECINE e da dispensa de registro para este tipo de obra, com a seguinte redação:

~~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 art. 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; a obra audiovisual publicitária destinada exclusivamente à exportação ou para inclusão em programação brasileira transmitida para o exterior; e as obras publicitárias produzidas por Anatel, Forças Armadas, Polícia Federal, Polícias Militares, Polícia Rodoviária Federal, Polícias Cíveis e Corpos de Bombeiros Militares estarão desobrigados do requerimento de registro na ANCINE, desde que incluam na claquete de identificação os seguintes números de registro de título~~

identificador, específicos para cada tipo de obra: (Redação dada pelo art. 2º da Instrução Normativa nº 98)

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;

.....

Art. 28. São isentas do recolhimento da CONDECINE:
(...)

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;

A contribuição foi acatada.

