	RELATÓRIO DE CONSOLIDAÇÃO DE CONSULTA PÚBLICA	ORIGEM: OUV
		Nº: 01/2016
		NUP: 01580.058601/2016-66
		DATA: 29/09/2016

1. IDENTIFICAÇÃO

1.1 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.

1.2 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, podendo ser visualizadas por quem o acesse e estão transcritas abaixo. Os documentos encaminhados fisicamente seguem como anexo a este relatório, conferindo plena transparência ao processo de consulta pública.

3. CONTRIBUIÇÕES

3.1 CONTRIBUIÇÕES GERAIS

3.1.1) Contribuição:

MINISTÉRIO DA FAZENDA Secretaria de Acompanhamento Econômico Parecer Analítico sobre Regras Regulatórias nº /COGPC/SEAE/MF Brasília, 26 de setembro de 2016. Assunto: Contribuição à Consulta Pública sem número, de 26 de agosto de 2016, da Agência Nacional de Cinema (Ancine), dispõe sobre "Minuta de Instrução Normativa que altera dispositivos da IN nº 95 e da IN nº 105". Ementa: A minuta promove várias alterações e inclusões nas IN nº 95 e da IN nº 105, tanto para aperfeiçoamento da redação quanto para inovação regulatória. Cria a possibilidade de cobrança da CONDECINE sobre obras publicitárias na internet. A Consulta Pública não apresentou análise de impacto regulatório. A norma não tem o potencial de promover a competição. Recomendações: (i) a identificação clara e objetiva do problema; (ii) apresentação de dados que evidenciem e justifiquem os problemas identificados e as medidas regulatórias propostas; (iii) observações sobre problemas resultantes de sucessivas alterações da mesma norma, com aumento do custo regulatório para os administrados (iv) a mensuração dos efeitos sobre a sociedade (análise dos custos e dos benefícios e estimação dos impactos fiscais e tarifários); (v) apresentação de proposta de mecanismos de monitoramento, para que a Ancine adote critérios previsíveis e objetivos sobre novas alterações na norma, com base em Análise de Impacto Regulatório (AIR) ex post, por exemplo; (vi) elaboração e exposição à sociedade da AIR sobre a minuta de Instrução Normativa; (vii) análise dos potenciais incentivos da norma que possam promover a competição ou que possam inibir a competição no setor; e (viii) atenção à elevação dos custos de cumprimento e dos encargos administrativos - recomenda-se o uso do Standard Cost Model para este fim. Acesso: Público.

1. Introdução

1. A Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda (Seae/MF), em consonância com o objetivo traçado pela Ancine, apresenta, por meio deste Parecer, as suas contribuições à Consulta Pública s/n, cujo período de contribuição é de 26 de agosto de 2016 a 26 de setembro de 2016, com a intenção de contribuir para o aprimoramento do arcabouço regulatório do setor, nos termos de suas atribuições legais, definidas na Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011, e no Anexo I ao Decreto nº 7.482, de 16 de maio de 2011.

2. A Consulta Pública nº 165/2016 da Ancine, ora em análise, dispõe sobre uma Minuta de Instrução Normativa que altera dispositivos da IN nº 95 e da IN nº 105. A Nota Explicativa que acompanha a consulta informa que a Minuta "é resultado de Consulta Pública realizada nos meses de julho e agosto de 2015 e de novas necessidades e aperfeiçoamentos identificados pela unidade técnica da ANCINE, responsável pelos registros de obras publicitárias, e sua Diretoria Colegiada".

2. Análise do Impacto Regulatório (AIR) 2.1. Identificação do Problema

3. A identificação clara e precisa do problema a ser enfrentado pela regulação contribui para o surgimento de soluções. Ela, por si só, delimita as respostas mais

adequadas para o problema, tomando-se o primeiro elemento da análise de adequação e oportunidade da regulação.

4. A identificação do problema deve ser acompanhada, sempre que possível, de documentos que detalhem a procedência da preocupação que deu origem à proposta normativa e que explicitem a origem e a plausibilidade dos dados que ancoram os remédios regulatórios propostos.

5. No presente caso, esta Seae entende que: ζ O problema não foi identificado com clareza e precisão. ζ Os documentos que subsidiam a audiência pública não são suficientes para cumprir esse objetivo.

6. A Agência apresentou, juntamente à Consulta Pública, uma Nota Explicativa, contendo um resumo das alterações e inclusões realizadas nas IN nº 95 e da IN nº 105. No caso das alterações, a justificativa oferecida diz respeito às modificações havidas na Medida Provisória nº 2.228-1, de 06 de setembro de 2001, que dão ensejo à necessidade de aperfeiçoar as normas infralegais. No caso das inclusões, porém, não são apresentadas informações sobre o contexto em que elas são propostas. Dessa forma, não há como averiguar qual o problema que motivou a Ancine a propor as inclusões pretendidas.

7. A Seae observa ainda que a identificação do problema, com clareza e precisão, é fundamental para o exercício do controle social. Sem a identificação do problema, não há como se opinar sobre se há, ou não, necessidade ou interesse social sobre o tema.

2.2. Justificativa para a Regulação Proposta

8. A intervenção regulamentar deve basear-se na clara evidência de que o problema existe e de que a ação proposta a ele responde, adequadamente, em termos da sua natureza, dos custos e dos benefícios envolvidos e da inexistência de alternativas viáveis aplicadas à solução do problema. É também recomendável que a regulação decorra de um planejamento prévio e público por parte da agência, o que confere maior transparência e previsibilidade às regras do jogo para os administrados e denota maior racionalidade nas operações do regulador.

9. No presente caso, esta Seae entende que: ζ As informações levadas ao público pelo regulador não justificam a intervenção do regulador. ζ Os dados disponibilizados em consulta pública não permitem identificar coerência entre a proposta apresentada e o problema identificado. ζ A normatização não decorre de planejamento previamente formalizado em documento público.

10. Como mencionado no item "Identificação do Problema", o regulador não ofereceu informações e dados que descrevam o problema que a Consulta Pública quer resolver. Não há evidências se há um problema e se o problema decorre de falhas de mercado ou falhas de governo, o que justificaria uma medida regulatória.

11. O tema da Consulta Pública referente à inclusão no rol de conceitos do inciso XXVIII-A e §1º da IN no. 95/2011 do segmento de mercado ζ Publicidade Audiovisual na Internet ζ não está prevista na Agenda Regulatória 2015-2016 da Ancine.

2.3. Base Legal

12. O processo regulatório deve ser estruturado de forma que todas as decisões estejam legalmente amparadas. Além disso, é importante informar à sociedade sobre eventuais alterações ou revogações de outras normas, bem como sobre a necessidade de futura regulação em decorrência da adoção da norma posta em consulta. No caso

em análise, a Seae entende que: √ A base legal da regulação foi adequadamente identificada. √ Foram apresentadas as normas alteradas, implícita ou explicitamente, pela proposta. √ O regulador não informou sobre a necessidade de futura regulação da norma.

13. A Consulta Pública é uma proposta de alteração de normas das IN nº 95/2011 e no. 105/2012. O regulador não informou sobre a necessidade de futura regulação da norma, nem detectou a necessidade de revogação ou alteração de norma preexistente. Ressaltamos, como já o fizemos em contribuição anterior, que a IN nº 95/2011 já foi alterada por várias outras Instruções Normativas da agência, todas promulgadas pela Ancine em curto espaço de tempo após a sua publicação . A Seae adverte que estas sucessivas alterações de uma Instrução Normativa basilar para a regulamentação do setor de produção de obras publicitárias aumenta os custos de cumprimento para os agentes econômicos. Isto pode representar um aumento da insegurança jurídica para o setor, além de contribuir para o desperdício na alocação eficiente de recursos, uma vez que os agentes regulados estarão tendo que destinar mais recursos para atender mais tramites burocráticos sem justificativas à sociedade, ao invés de direcioná-los para suas atividades produtivas.

2.4. Efeitos da Regulação sobre a Sociedade

14. A distribuição dos custos e dos benefícios entre os diversos agrupamentos sociais deve ser transparente, até mesmo em função de os custos da regulação, de um modo geral, não recaírem sobre o segmento social beneficiário da medida. Nesse contexto, a regulação poderá carrear efeitos desproporcionais sobre regiões ou grupos específicos.

15. Considerados esses aspectos, a Seae entende que: √ Não foram estimados os impactos tarifários. √ Não foram estimados os impactos fiscais. √ A agência não discriminou claramente quais os atores onerados com a proposta. √ Não há mecanismos adequados para o monitoramento do impacto e para a revisão da regulação.

16. A Ancine não apresentou os possíveis impactos fiscais e tributários da medida regulatória proposta, bem como não discriminou quais são os atores onerados com a proposta. A Seae identificou que os efeitos da proposta podem afetar produtores de obras publicitárias de forma diferenciada, inclusive contrariando o objetivo da Agenda Regulatória. Também, a Ancine não apresentou mecanismos para o monitoramento do impacto e para a revisão da regulação.

2.5. Custos e Benefícios

17. A estimação dos custos e dos benefícios da ação governamental e das alternativas viáveis é condição necessária para a aferição da eficiência da regulação proposta, calcada nos menores custos associados aos maiores benefícios. Nas hipóteses em que o custo da coleta de dados quantitativos for elevado ou quando não houver consenso em como valorar os benefícios, a sugestão é que o regulador proceda a uma avaliação qualitativa que demonstre a possibilidade de os benefícios da proposta superarem os custos envolvidos. 12. No presente caso, a Seae entende que: √ Não foram apresentados adequadamente os custos associados à adoção da norma. √ Não foram apresentados os benefícios associados à adoção da norma, inclusive os de caráter não financeiro.

18. A agência não apresentou uma análise dos custos e dos benefícios da ação regulatória em análise. Recomenda-se à Ancine que fundamente suas intervenções sobre evidências, o que exige tratamento de dados e informações quantitativas ou

qualitativas. Após leitura da proposta de minuta, a Seae questiona a Ancine sobre a relevância da Consulta Pública, provocando a agência para que evidencie as vantagens da minuta de IN na perspectiva de análise dos custos e dos benefícios, no seguinte sentido: (i) Quais os problemas regulatórios identificados na definição de 'publicidade audiovisual na internet'? O que se pretende ganhar com a alteração? (ii) Quais os possíveis custos e benefícios para o mercado da conceituação anterior? Quais os problemas técnicos envolvidos? (iii) Quais os custos de cumprimento e a carga burocrática sobre o produtor de obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no exterior com a exigência de novos documentos e qual a importância desses documentos adicionais ?

2.6. Opções Regulatórias

19. A opção regulatória deve ser cotejada face às alternativas capazes de promover a solução do problema - devendo-se considerar como alternativa à regulação a própria possibilidade de não regular.

20. Com base nos documentos disponibilizados pela agência, a Seae entende que: ' Não foram apresentadas as alternativas eventualmente estudadas.

21. A agência não apresentou alternativas à minuta de IN em tela, o que compromete a elaboração de uma análise de impacto regulatório. A análise de impacto regulatório é uma análise comparativa, que considera, até mesmo, a possibilidade de não regular. Esta técnica evidencia, não só coerência entre o problema e as consequências esperadas, mas, também, que todas as possibilidades foram consideradas e estudadas pela Ancine, legitimando a sua decisão de forma impessoal e eximindo-a de falhas de governo associadas à captura por grupos de interesse.

3. Análise do Impacto Concorrencial

22. Os impactos à concorrência foram avaliados a partir da metodologia desenvolvida pela OCDE, que consiste em um conjunto de questões a serem verificadas na análise do impacto de políticas públicas sobre a concorrência. O impacto competitivo poderia ocorrer por meio da: i) limitação no número ou variedade de fornecedores; ii) limitação na concorrência entre empresas; iii) diminuição do incentivo à competição; e iv) limitação nas opções dos clientes e da informação disponível.

23. Em relação aos impactos concorrenciais: ' A norma proposta tem o potencial de diminuir o incentivo à competição.

24. A Seae detectou que a norma tem potencial risco à concorrência. Inúmeras das alterações pretendidas tem o condão de aumentar os custos de cumprimento das regras estabelecidas, por vezes estabelecendo tratamento dissimilar e assimétrico entre agentes econômicos, como por exemplo: ' Os artigos 2º e 15 da Instrução Normativa nº 95/2011, ambos acrescidos do §2º, passam a estabelecer que as obras estrangeiras somente poderão ser comunicadas publicamente após a emissão do Certificado de Registro de Título ' CRT, sendo necessário o prévio recolhimento de CONDECINE para obtenção do nº de CRT que autoriza sua comunicação pública, diferenciando-as das obras brasileiras que podem ser comunicadas publicamente desde a submissão do requerimento de eletrônico de registro. ' A alínea 'a' do §1º do artigo 5º da Instrução Normativa nº 95/2011, artigo que regulamenta a co-direção em obras publicitárias brasileiras, passa a exigir do diretor, além dos requisitos atuais, que o mesmo conste como único diretor em no mínimo 05 (cinco) obras publicitárias registradas na ANCINE. ' Os artigos 11 e 18 da Instrução Normativa nº 95/2011 foram acrescidos de novos documentos que deverão acompanhar o requerimento eletrônico

de registro das obras publicitárias e que deverão ser mantidos em arquivo pela requerente no prazo de cinco anos. Destaca-se dos novos documentos, a obrigatoriedade de envio de declaração, incluída como Anexo III na presente proposta, para os casos de obra publicitária brasileira filmada ou gravada no exterior, assinada por diretor e empresa produtora, em que constem as funções técnicas e artísticas utilizadas na produção da obra, com a nacionalidade do técnico ou artista e se participou das filmagens ou gravações no exterior. ç O artigo 7º da Instrução Normativa nº 95/2011, que disciplina a aferição da proporção da quantidade de artistas e técnicos brasileiros e estrangeiros residentes no país utilizados na produção de obra publicitária, foi acrescido dos §§s 4º e 5º, estabelecendo como obrigatório, para as obras publicitárias brasileiras filmadas ou gravadas no exterior e em todas as etapas das filmagens ou gravações da obra, inclusive aquelas realizadas no Exterior, o desempenho das funções de diretor, diretor de arte, cenógrafo, produtor executivo, diretor de fotografia, e operador de câmera, exclusivamente por brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de 3 (três) anos.

25. Ademais, como já citado anteriormente, a Instrução Normativa nº 95/2011 foi alterada para incluir entre os segmentos de mercado entendidos como Outros Mercados o segmento çPublicidade audiovisual na Internetç, tornando obrigatório o registro e recolhimento de CONDECINE, quando for o caso, das obras publicitárias comunicadas publicamente na internet. A Tabela 1 abaixo traz, segundo dados do Ibope disponibilizados na Internet, a participação de mercado da publicidade no Brasil por segmento da comunicação:

26. Tabela 1 - Total Brasil % Meios - Jan/Dez 2015 MEIO VALOR (R\$000) % TV ABERTA 22.064 62,9% PAYTV 3.215 9,2% JORNAL (*) 2.878 8,2% REVISTA (*) 1.599 4,6% RÁDIO 1.279 3,6% OOH (**) 446 1,3% CINEMA 215 0,6% DISPLAY (***) 1.824 5,2% SEARCH (***) 1.578 4,5% TOTAL 35.098 100,0% *Impressos ** Mobiliário urbano e outdoor *** Sem mobile e programática. Display: principais formatos comercializados como banners, botão e rich media, em Desktop. Search: links patrocinados e PLA, em Desktop e Tablet. Fonte: Katar Ibope Media, via site Adnews .

27. A publicidade na Internet tem crescido no Brasil e no mundo, e é importante para a viabilização de várias iniciativas na Internet, incluindo, mas não só, as próprias plataformas digitais de jornais, cuja circulação impressa se reduz dia a dia. A Ancine tem se mantido cautelosa na regulação e tributação de conteúdos audiovisuais na internet, sendo que a questão da regulamentação dos OTT, por exemplo, foi levada para discussão no Conselho Superior do Cinema. Assim, a decisão de estabelecer a cobrança da CONDECINE sobre obras audiovisuais publicitárias, embora não evoque os mesmos problemas contemplados na regulamentação da OTT, é uma alteração regulatória que no entender desta Seae mereceria o tipo de análise detalhada que uma análise de impacto regulatório permite fazer, inclusive sobre seu impacto na concorrência nos mercados a jusante.

4. Análise Suplementar

28. A diversidade das informações colhidas no processo de audiências e consultas públicas constitui elemento de inestimável valor, pois permite a descoberta de eventuais falhas regulatórias não previstas pelas agências reguladoras.

29. Nesse contexto, as audiências e consultas públicas, ao contribuírem para aperfeiçoar ou complementar a percepção dos agentes, induzem ao acerto das decisões e à transparência das regras regulatórias. Portanto, a participação da sociedade como baliza para a tomada de decisão do órgão regulador tem o potencial

de permitir o aperfeiçoamento dos processos decisórios, por meio da reunião de informações e de opiniões que ofereçam visão mais completa dos fatos, agregando maior eficiência, transparência e legitimidade ao arcabouço regulatório.

30. Nessa linha, esta Secretaria verificou que, no curso do processo de normatização: ¿ Não existem outras questões relevantes que deveriam ser tratadas pela norma. ¿ A norma apresenta redação clara. ¿ Não houve audiência pública ou evento presencial para debater a norma. ¿ O prazo para a consulta pública não foi adequado. ¿ Não houve barreiras de qualquer natureza à manifestação em sede de consulta pública.

31. A Seae considera que o prazo para a consulta pública foi inadequado, dada a magnitude da interferência realizada no mercado, em particular no que diz respeito à cobrança da CONDECINE sobre a publicidade audiovisual na internet. 5. Considerações Finais

32. Ante todo o exposto acima, a Seae considera que cabem recomendações para o aperfeiçoamento da norma, quais sejam: (i) a identificação clara e objetiva do problema; (ii) apresentação de dados que evidenciem e justifiquem o problema e a medida regulatória proposta; (iii) observações sobre problemas resultantes de sucessivas alterações da mesma norma, com aumento do custo regulatório para os administrados; (iv) a mensuração dos efeitos sobre a sociedade (análise dos custos e dos benefícios e estimação dos impactos fiscais e tarifários); (v) apresentação de proposta de mecanismos de monitoramento, para que a Ancine adote critérios previsíveis e objetivos sobre novas alterações na norma, com base em AIR ex post, por exemplo; (vi) elaboração e exposição à sociedade da AIR sobre a minuta de Instrução Normativa; (vii) análise dos potenciais incentivos da norma que possam promover a competição ou que possam inibir a competição no setor; e (viii) atenção à elevação dos custos de cumprimento e dos encargos administrativos - recomenda-se o uso do Standard Cost Model para este fim.

Autor: MARCELO DE MATOS RAMOS

Ocupação: COORDENADOR GERAL DE COMUNICAÇÃO E MÍDIA

Empresa: SECRETARIA DE ACOMPANHAMENTO ECONÔMICO/MF

3.1.2) Contribuição:

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO POR ASSINATURA – ABTA, entidade de âmbito nacional, sem fins lucrativos, constituída por empresas e outras associações, com atividades relacionadas direta ou indiretamente com a prestação a assinantes de serviços de distribuição de sinais de vídeo e áudio, de serviços de telecomunicações e de Serviços de Valor Adicionado, vem, pelo presente, apresentar suas contribuições à Consulta Pública 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.

Contribuições Gerais

A ABTA mais uma vez agradece a oportunidade de se manifestar em uma consulta pública da Ancine.

Inicialmente, as associadas da ABTA, programadoras e empacotadoras, gostariam de registrar que aprovam os incentivos econômicos criados pelo regulador para que obras

não publicitárias de menor circulação, mais antigas, brasileiras ou não, tenham um desconto de 80% (oitenta por cento) de Condecine-Título1. Esse tipo de racional para direcionamento do comportamento do regulado e alcance de objetivos regulatórios parece mais efetivo do que simplesmente criar comandos comportamentais detalhistas e exigir seu cumprimento via fiscalizações e sanções pecuniárias.

Apesar da impressão positiva da ABTA sobre os incentivos econômicos identificados para obras não publicitárias, o mesmo não se pode dizer para as propostas de regras relativas às obras publicitárias.

A ABTA entende que, de forma geral, as alterações e inclusões propostas para a IN 95, que trata das obras audiovisuais publicitárias, geram novos custos transacionais, novos encargos tributários, ineficiências que aumentarão o custo de produção dessas obras e que, certamente, serão repassados ao longo da cadeia produtiva. Como essas alterações contribuem para o desenvolvimento do mercado audiovisual publicitário brasileiro? Qual o objetivo dessas alterações à luz do plano de desenvolvimento do setor? Quais serão os efeitos dessa mudança de regras para regulados, regulador e para o mercado?

Mais uma vez a Ancine parece desdenhar da análise de impacto regulatório (AIR) (O único documento disponibilizado pela Ancine conjuntamente à proposta de texto foi uma nota explicativa. Não se colocou à disposição da sociedade civil documentos importantes para a contribuição ao texto em consulta pública.) como ferramenta para tomada de decisão pública, e, como de costume, propõe novos comandos regulatórios sem mensurar seu efeito líquido, o custo/benefício dessa sua decisão para o desenvolvimento do audiovisual no Brasil.

Quais os problemas mapeados no âmbito do mercado audiovisual publicitário no Brasil que justificam essas correções, alterações de regras? Quais os objetivos regulatórios ainda pendentes que exigem estas novas proposições, reformulações de regras? Além de o não uso da AIR aumentar a probabilidade de as intervenções da Ancine se configurarem em falhas regulatórias, seu não uso no âmbito do processo normativo contraria disposição própria do colegiado da Agência3. Veja-se o Art. 2º da Resolução nº 52 da Diretoria Colegiada:

Art. 2º. A instrução do processo contendo Proposta de Ação – PA e Análise de Impacto – AI, nos termos desta Resolução, é requisito de admissibilidade para a deliberação de proposta de ato normativo pela Diretoria Colegiada.

Parágrafo único. Fica facultado à Diretoria Colegiada decidir pela não realização de Análise de Impacto nas seguintes hipóteses:

I – tramitação em caráter de urgência;

II – atualização de texto ou correção de erro formal em norma preexistente;

III – iniciativa de baixa complexidade. (Redação dada pelo artigo 2º da RDC nº61)

O presente caso não parece se adequar a nenhuma das exceções que foram previstas, motivo pelo qual se entende que deveria ter sido realizada análise de impacto no âmbito do presente processo.

Ademais, e como também versa a referida Resolução n.º 52, a análise de impacto é instrumento de racionalização administrativa e transparência processual da Agência.

Por que, então, o presente processo de consulta pública não se baseou em análise de impacto regulatório? Por que, no âmbito dessa consulta pública, somente uma nota explicativa acompanha o texto que propõe as alterações das IN's? Porque não se

disponibiliza cópia (física ou eletrônica) do processo administrativo que consubstancia a proposta de alteração regulamentar em consulta pública?

No exercício de suas funções regulatórias a Ancine, como ente da Administração Pública Federal, precisa respeitar a Lei nº 9.784/99. Aos olhos dos associados da ABTA a Ancine não cumpriu com alguns requisitos básicos previstos nesse estatuto legal, tanto em seu Art. 2º como no Art. 37:

Art. 2º A Administração Pública obedecerá, dentre outros, aos princípios da legalidade, finalidade, motivação, razoabilidade, proporcionalidade, moralidade, ampla defesa, contraditório, segurança jurídica, interesse público e eficiência.

Parágrafo único. Nos processos administrativos serão observados, entre outros, os critérios de:

I - atuação conforme a lei e o Direito; (...)

VI - adequação entre meios e fins, vedada a imposição de obrigações, restrições e sanções em medida superior àquelas estritamente necessárias ao atendimento do interesse público;

VII - indicação dos pressupostos de fato e de direito que determinarem a decisão;

VIII – observância das formalidades essenciais à garantia dos direitos dos administrados; (...)

XIII - interpretação da norma administrativa da forma que melhor garanta o atendimento do fim público a que se dirige, vedada aplicação retroativa de nova interpretação.

(...)

Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência (...).

O presente processo administrativo respeita os artigos 2º e 37 da Lei 9.784/99? Onde, ao longo desse processo, a Ancine fundamentou a legalidade dessa sua proposição?

Na ausência de justificativas e fundamentações, as associadas da ABTA entendem que, do ponto de vista formal, a presente proposta é ilegal ao descumprir com requisitos impostos à Administração Pública pela Lei 9.784/99.

Do ponto de vista material, entendem as associadas da ABTA que a proposta da Ancine também é ilegal ao instituir, via regulamentação própria (e não lei), nova obrigação de pagamento de condécine-título para registro das obras audiovisuais publicitárias a serem exploradas em novo segmento de mercado audiovisual criado – publicidade audiovisual na internet.

Os fundamentos desse posicionamento estão abaixo e foram capturados de parecer tributário exarado pelo escritório Sacha Calmon Misabel Derzi Consultores e Advogados (Estritamente conforme parecer tributário contratado pela ABTA junto ao escritório Sacha Calmon Misabel Derzi Consultores e Advogados, para o tema *Video On Demand - VOD*, 2013. ABTA, Parecer VOD, 2013.):

No Direito brasileiro, o princípio da legalidade - “ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei” - é postulado que transborda para todas as áreas jurídicas, sendo, inclusive, protegido por cláusula pétrea na Constituição de 1988. Esta é uma garantia inserida no rol dos direitos individuais elencados no art. 5º, inciso II daquele diploma.

Em matéria tributária, o art. 150 da Constituição Federal expressa ser “vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios (...) exigir ou aumentar tributo sem lei que o estabeleça”. Esta regra estampa o princípio da estrita legalidade, e é o que levou BERNARDO RIBEIRO DE MORAES a sustentar que “um tributo não se encontra criado pela simples autorização legal para cobrá-lo, com determinada denominação. A norma jurídica tributária deve conter todos os elementos instituidores do tributo, a fim de dar condições para que a administração o exija, de forma vinculada e obrigatória”(Compêndio de Direito Tributário, 1º vol. Rio de Janeiro, Forense, 1995, *apud* ABTA, Parecer VOD).

Derivando do princípio da estrita legalidade, encontra-se o princípio da tipicidade fechada, segundo o qual todos os elementos necessários à tributação devem estar previstos no corpo da lei de forma clara e suficiente, não havendo espaço para normas abertas em Direito Tributário, sob pena de arbítrio fiscal. O inteiro teor do art. 97 do Código Tributário Nacional não deixa dúvidas sobre isso, sendo claro ao estabelecer que somente a lei pode definir ou modificar o fato gerador, os sujeitos ativo e passivo, a alíquota e a base de cálculo da obrigação tributária:

Art. 97. Somente a lei pode estabelecer:

I - a instituição de tributos, ou a sua extinção;

II - a majoração de tributos, ou sua redução, ressalvado o disposto nos artigos 21, 26, 39, 57 e 65;

III - a definição do fato gerador da obrigação tributária principal, ressalvado o disposto no inciso I do § 3º do artigo 52, e do seu sujeito passivo;

IV - a fixação de alíquota do tributo e da sua base de cálculo, ressalvado o disposto nos artigos 21, 26, 39, 57 e 65

Dentre os aspectos essenciais da obrigação tributária, portanto, está o fato gerador (que compreende justamente o núcleo da obrigação tributária), conforme destaca o inciso III do dispositivo supracitado. Por sua relevância, deve ser o fato gerador taxativamente definido pelo Poder Legislativo, não podendo ficar entregue à discricionariedade dos administradores – no presente caso, a Ancine.

Feitas estas considerações, não é preciso muito esforço para se chegar à conclusão de que ao exigir o pagamento de condecine-título no registro de obra publicitária a ser explorada em novo segmento de mercado (publicidade audiovisual na internet) a Ancine desrespeita o princípio da estrita legalidade insculpido na Constituição e no Código Tributário Nacional. Na prática ela está, por via torta, criando nova incidência para a condecinetítulo.

A esse respeito, vale conferir a redação do art. 32, inciso I c/c/ art. 33 da MP nº 2.228-1, que definem o fato gerador da condecine-título:

Art. 32. A Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional - Condecine terá por fato gerador:

I - a veiculação, a produção, o licenciamento e a distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas com fins comerciais, por segmento de mercado a que forem destinadas

Art. 33. A Condecine será devida para cada segmento de mercado, por:

I - título ou capítulo de obra cinematográfica ou videofonográfica destinada aos seguintes segmentos de mercado:

a) salas de exibição;

- b) vídeo doméstico, em qualquer suporte;
- c) serviço de radiodifusão de sons e imagens;
- d) serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura;
- e) outros mercados, conforme anexo

Não há dúvidas de que a MP nº 2.228-1 não inseriu expressamente no rol de fatos geradores da condécine-título a exploração de obras no (noviço) segmento de publicidade audiovisual por internet. A MP nº 2.228-1 definiu sim que a referida contribuição incide sobre os segmentos de salas de exibição, vídeo doméstico, serviço de radiodifusão de sons e imagens, serviço de televisão por assinatura e – eis o ponto crítico da questão – sobre o que chamou de “outros mercados”.

Quais seriam exatamente esses “outros mercados”? Quais seriam esses diferentes segmentos que poderiam atrair a incidência da chamada condécine-título? Quem irá definir quais segmentos serão tributados e quais não serão?

A resposta a tais indagações é simples: ao descrever o fato gerador da condécine-título de forma tão imprecisa e genérica, abriu-se espaço para o Poder Executivo, no caso a Ancine, complementar o conteúdo da norma legal por meio de ato infralegal. E foi exatamente o que ocorreu, como se percebe pela leitura das Instruções Normativas nº 95/11 e 105/12, ora em consulta pública:

IN 95

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.

(...)

§2º Entende-se por Outros Mercados os seguintes segmentos:

I - Vídeo por demanda;

II - Audiovisual em transporte coletivo; e

III - Audiovisual em circuito restrito.

IN 105

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 estipulado na tabela constante do Anexo I desta Instrução Normativa.

(...)

§2º. Entende-se por Outros Mercados os seguintes segmentos:

I. Vídeo por demanda;

II. Audiovisual em transporte coletivo; e

III. Audiovisual em circuito restrito

Conforme se extrai dos dispositivos supratranscritos, à época foi o Presidente da Ancine por meio de uma instrução normativa, quem definiu a relação dos chamados “outros mercados” que são aptos a atrair a incidência da condécine-título.

Foi concedido à Ancine, portanto, uma verdadeira carta branca para exigir a contribuição do segmento de mercado que bem entender e no momento que julgar oportuno, o que gera uma enorme insegurança jurídica.

Se quando da publicação das IN 95 e 105 a maior vontade era gerar incidência de condecine-título para registro de obras a serem exploradas no segmento, então criado, vídeo por demanda, agora o novo segmento de mercado a ser tributado, via condecine-título, é o, assim instituído pela Ancine, publicidade audiovisual na internet. Se no passado, pela insegurança jurídica que gerou, em desrespeito ao princípio da estrita legalidade que governa o Direito tributário Nacional, muitos dos agentes passivos optaram por contestar essa cobrança de condecine-título no segmento vídeo sob demanda, não deverá ser diferente com o segmento de publicidade audiovisual na internet, onde a Ancine, mais uma vez via instrução normativa, cria novas incidências para a condecine-título.

O que não se consegue compreender nesse instante é por que a Ancine, após dar mostras de que a criação de novas incidências para a condecine-título deveria acontecer via Lei (6Em <http://www.telesintese.com.br/ancine-prefere-lei-regulando-vod/>. Acesso em 14 de setembro de 2016.) ,a partir de alterações na MP 2228-1, coloca em consulta pública essa proposta que aproveita racional não efetivo no passado, frágil do ponto de vista legal. Pior, coloca em consulta pública sem qualquer estudo, análise realizada.

Por todos os motivos expostos, as associadas ABTA entendem que a presente proposta de alteração normativa colocada em consulta pública é ilegal (i) por não cumprir com requisitos impostos pela Lei 9.784/99 à atuação regulatória da Ancine; e (ii) por violar o princípio da estrita legalidade previsto tanto no art. 150, I, da Constituição Federal, quanto no art. 97 do Código Tributário Nacional, quando cria incidência da condecine-título sobre o novo segmento de publicidade audiovisual na internet; e justamente por sua patente ilegalidade solicitam à Ancine que archive o presente processo de consulta pública e, caso pretenda cobrar condecine-título no âmbito de segmentos de mercado a serem criados, que apresente ao Ministério da Cultura Ante-Projeto de Lei Federal para tal.

Autor: JONAS ANTUNES COUTO

Ocupação: GERENTE REGULATÓRIO

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO POR ASSINATURA - ABTA

3.1.3) Contribuição:

A **CÂMARA BRASILEIRA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO** (“camara-e.net”), sediada na Rua Bela Cintra, nº. 756 – CEP 01415-00 – São Paulo/SP, inscrita no CNPJ sob nº. 04.481.317/0001-48, vem, por meio desta manifestação, apresentar comentários à Consulta Pública submetida pela **AGENCIA NACIONAL DO CINEMA** (“ANCINE”) acerca da *Minuta de Instrução Normativa que altera dispositivos da IN nº. 95 e da IN nº. 105*, iniciada em 26 de agosto de 2016 e com prazo final em 26 de setembro de 2016.

Inicialmente, a camara-e.net entende ser necessário proceder com alguns esclarecimentos relacionados à análise do texto da proposta de Consulta Pública apresentada pela ANCINE.

O mercado audiovisual brasileiro é um mercado em expansão e constante evolução, e, muito embora tenhamos políticas públicas a ele direcionadas, temos que a sua estruturação é norteadas e balizada por dois princípios constitucionais: **Livre Concorrência e Livre Iniciativa**.

Nessa linha de raciocínio, eventuais medidas que venham a ser editadas pela ANCINE devem, acima de tudo, respeitar o balizamento constitucional e proporcionar um ambiente concorrencial de tal forma que não imponha barreiras à entrada ou à saída dos operadores no mercado, permitindo a concorrência livre e horizontal entre os

agentes econômicos, sem existência de benefícios exclusivos a uma ou outra parcela dos *stakeholders*, em detrimento de outros agentes.

Neste ponto, importante observar que a própria lei que versa sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado, **Lei n.º 12.485, de 12 de setembro de 2011**, invoca os princípios da Constituição Federal para determinar que a comunicação audiovisual deverá observar os princípios da livre iniciativa e intervenção mínima do Estado:

Art. 3º. *A comunicação audiovisual de acesso condicionado, em todas as suas atividades, será guiada pelos seguintes princípios:*

- I - liberdade de expressão e de acesso à informação;*
- II - promoção da diversidade cultural e das fontes de informação, produção e programação;*
- III - promoção da língua portuguesa e da cultura brasileira;*
- IV - estímulo à produção independente e regional;*
- V - estímulo ao desenvolvimento social e econômico do País;*
- VI - liberdade de iniciativa, mínima intervenção da administração pública e defesa da concorrência por meio da livre, justa e ampla competição e da vedação ao monopólio e oligopólio nas atividades de comunicação audiovisual de acesso condicionado.**

Parágrafo único. Adicionam-se aos princípios previstos nos incisos deste artigo aqueles estabelecidos na Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, aprovada pelo Decreto Legislativo nº 485, de 20 de dezembro de 2006.

Destes dispositivos, **temos que a livre iniciativa invocada para o mercado audiovisual se traduz na liberdade de competição justa, conjugada com a livre concorrência, além da liberdade de gestão**, que é um desdobramento fundamental deste princípio, ou seja, na liberdade dos operadores em gerir livremente seus negócios, respeitando as normas regulatórias. Assim, se aprovadas algumas mudanças no arcabouço regulatório ora existente, que trataremos pontualmente à frente, vemos o risco de que sejam comprometidas estas liberdades.

Como consequência da livre e iniciativa e livre concorrência, temos o **princípio da intervenção mínima do Estado na atividade econômica**. É o Estado fazendo o papel de regulador do mercado, buscando garantir aos administrados, seus direitos de competição livre e igualitária, sem, no entanto, ultrapassar a linha que o separa do intervencionismo excessivo que poderá trazer consequências indesejadas ao mercado. Neste ponto, a ANCINE tem o papel de fazer valer estes princípios aos agentes econômicos do mercado audiovisual, uma vez que é uma de suas competências elencadas na **Medida Provisória n.º 2.228-1, de 6 de setembro de 2001**, que a deu origem:

Art. 7º *A ANCINE terá as seguintes competências:*

XVIII - regular e fiscalizar o cumprimento dos princípios da comunicação audiovisual de acesso condicionado, das obrigações de programação, empacotamento e publicidade e

das restrições ao capital total e votante das produtoras e programadoras fixados pela lei que dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado;

Sendo um ente da Administração Pública Federal, a ANCINE tem o dever de se vincular ao cumprimento e observância do princípio da motivação ao apresentar a proposta em Consulta Pública, conforme estabelece o mandamento constitucional consolidado na **Lei nº. 9.784, de 29 de janeiro de 1999.**

Art. 2º *A Administração Pública obedecerá, dentre outros, aos princípios da legalidade, finalidade, **motivação, razoabilidade,** proporcionalidade, moralidade, ampla defesa, contraditório, **segurança jurídica,** interesse público e eficiência.*

Parágrafo único. Nos processos administrativos serão observados, entre outros, os critérios de:

I - atuação conforme a lei e o Direito; (...)

*VI - adequação entre meios e fins, **vedada a imposição de obrigações, restrições e sanções em medida superior àquelas estritamente necessárias ao atendimento do interesse público;***

*VII - indicação dos **pressupostos de fato e de direito que determinarem a decisão;***

*VIII – observância das **formalidades essenciais à garantia dos direitos dos administrados;** (...)*

*XIII - interpretação da norma administrativa da forma que **melhor garanta o atendimento do fim público a que se dirige,** vedada aplicação retroativa de nova interpretação.*

A ANCINE, ao abrir para comentários essa proposta, deixou de compartilhar com o mercado os estudos e pareceres que embasaram tal iniciativa, de modo que a população possa compreender a razão de ser da atuação do regulador, trazendo suas contribuições de modo mais específico. **Nesse sentido, tem-se que o embasamento e a justificativa para cada mudança da normatização são indispensáveis para que se verifique a observância ao princípio da transparência dos atos da Administração Pública.**

Ademais, a ANCINE, para que suas ações atendam devidamente ao princípio da motivação, deve realizar e observar uma Análise de Impacto Regulatório (AIR), a fim de verificar e informar ao mercado a exata abrangência das alterações normativas propostas.

Lembramos que, como versa a **Resolução da Diretoria Colegiada da ANCINE nº. 52,** a análise de impacto é um instrumento de racionalização administrativa e transparência processual, de modo que ao deixar de realizar tal estudo esta Agência não cumpriu com os seus próprios regulamentos, uma vez que a Resolução supramencionada faculta a não realização da AIR apenas nos casos de tramitação em caráter de urgência, atualização de texto, ou quando se tratar de iniciativa de baixa complexidade, o que

sabidamente não é o presente caso, que trazem mudanças importantes para os administrados sujeitos às normas da ANCINE:

Art. 2º. *A instrução do processo contendo Proposta de Ação – PA e Análise de Impacto – AI, nos termos desta Resolução, é requisito de admissibilidade para a deliberação de proposta de ato normativo pela Diretoria Colegiada.*

Parágrafo único. Fica facultado à Diretoria Colegiada decidir pela não realização de Análise de Impacto nas seguintes hipóteses:

I – tramitação em caráter de urgência;

II – atualização de texto ou correção de erro formal em norma preexistente;

III – iniciativa de baixa complexidade. (Redação dada pelo artigo 2º da RDC nº61)

Verifica-se, portanto, que nenhum dos requisitos de dispensa é atendido. O novo texto proposto nesta Consulta Pública traz novas disposições e obrigações, não se tratando de mera atualização.

A matéria aqui tratada requer análise e estudos aprofundados devido ao seu grau de complexidade, uma vez que versa sobre questões sensíveis ao mercado audiovisual, inclusive de caráter tributário, e sua tramitação não requer urgência, pelo contrário, requer parcimônia em sua análise.

Ademais, simples dispensa com base em qualquer destes requisitos não atendidos, sem a apresentação de justificativa evidencia a ausência de publicidade dos atos relativos a esta Consulta Pública, uma vez que a tal justificativa deve ser fornecida, por força do **Art. 5º da Resolução n.º 52**:

Art. 5º. A área interessada na edição ou revisão de ato normativo deverá encaminhar previamente processo administrativo, instruído com Proposta de Ação, à Diretoria Colegiada, para fins de avaliação da proposta.

Parágrafo único. A Proposta de Ação, apresentada no Anexo I desta Resolução, deverá conter, ao menos:

(...)

V – apresentação de justificativa em caso de não necessidade de realização da Análise de Impacto Regulatório, consideradas as hipóteses do parágrafo único do artigo 2º. (Redação dada pelo artigo 2º da RDC nº 61)

A ANCINE possui uma ambiciosa e árdua tarefa de regulamentar e fiscalizar o mercado audiovisual brasileiro, mas, nesta proposta, acreditamos que esteja sacrificando determinadas normas e princípios constitucionais norteadores da ordem econômica e tributária, em detrimento de um exacerbado anseio arrecadatário e regulatório, conforme veremos pontualmente abaixo.

Dessa forma, a camara-e.net passa às suas colocações, no espírito de contribuir com esta Consulta Pública, por considerar que ela é de extrema relevância ao setor, e espera que suas considerações sejam analisadas observando-se os **princípios da**

proporcionalidade, razoabilidade, transparência, mínima intervenção e adequação, garantindo, assim, segurança jurídica aos administrados, transparência e respeito à Constituição Federal, preceitos estes aos quais os atos da Administração Pública devem se pautar, buscando o crescimento e fortalecimento do mercado audiovisual brasileiro, em todos os seus segmentos.

Sem mais para o momento, renovamos nossos votos de estima e aproveitamos esta oportunidade para parabenizar a ANCINE pela iniciativa de debate público sobre este tema, que é de fundamental relevância para o setor.

Autor: LEONARDO AUGUSTO FURTADO PALHARES

Ocupação: PRESIDENTE

Empresa: CAMARA BRASILEIRA DE COMERCIO ELETRONICO

3.1.4) Contribuição:

A **ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES – ABA**, entidade criada para representar, defender interesses comuns e contribuir para a contínua evolução e profissionalização das empresas anunciantes, vem através do presente, apresentar os comentários e sugestões de redação à minuta de Instrução Normativa que altera dispositivos das INs nº 95, de 08 de dezembro de 2011, e nº 105, de 10 de julho de 2016 divulgada pela ANCINE.

O presente documento foi elaborado após uma análise, sob o ponto de vista prático procedimental (com vistas às necessidades do mercado) e jurídico (à luz do regime regulatório no Brasil e princípios da Administração Pública), dos impactos que as alterações sugeridas pelo texto da minuta ora em Consulta Pública causariam ao mercado publicitário e ao dinamismo característico do mesmo.

Para atendimento à consulta pública realizada pela ANCINE, optou-se por analisar apenas os dispositivos que possuem alguma relevância do ponto de vista prático-procedimental e jurídico. Abaixo, apresentamos nossos comentários à IN, à luz das considerações acima tecidas.

Atenciosamente,

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES

1 – CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Trata-se de minuta de Instrução Normativa colocada em Consulta Pública pela ANCINE que tem como objetivo aperfeiçoar e atualizar o procedimento de registro de obras publicitárias à legislação pertinente, como a adoção de referência direta às definições previstas na MP nº 2.228-1/2001 e da Lei nº12.965/2014 (“Marco Civil da Internet”).

Neste sentido, a minuta propõe:

(i) A atualização das definições de “obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no Brasil” e “audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no exterior” para inclusão da referência à MP nº 2.228-1/2001;

(ii) A alteração da definição de “obra audiovisual publicitária destinada ao varejo”;

(iii) O aumento do rol de documentos necessários para o registro das obras publicitárias e a sinalização de uma maior fiscalização no futuro;

(iv) A adoção de novos parâmetros para caracterização de uma “obra audiovisual publicitária brasileira”; e

(v) A inclusão do segmento de mercado audiovisual de “publicidade audiovisual na internet” de acordo com a definição do Marco Civil da Internet.

2 – DA AUSÊNCIA DE ANÁLISE DE IMPACTO REGULATÓRIO

Antes de adentrarmos na exposição dos comentários e sugestões de redação ao texto proposto, compete-nos tecer algumas considerações a respeito da ausência de realização da Análise de Impacto Regulatório e a sua importância, no presente caso, antes da inclusão do segmento de mercado audiovisual de “publicidade audiovisual na internet” como pretende a ANCINE.

A Análise de Impacto Regulatório consiste no estudo e avaliação dos prováveis benefícios, custos e efeitos da atuação regulatória pretendida. Durante a Análise, que deverá contar com a participação de agentes externos do mercado afetado – como, por exemplo, produtoras de obras audiovisuais publicitárias e anunciantes - serão fornecidos dados empíricos que permitirão a avaliação aprofundada das opções existentes e possíveis consequências, auxiliando na escolha mais vantajosa para o mercado. O objetivo da Análise de Impacto Regulatório é também avaliar as situações de conflito que possam comprometer a implantação da medida pretendida, razão pela qual é imprescindível a sua realização antes do processo de Consulta Pública.

No presente caso, a mera inclusão do segmento de “publicidade audiovisual na internet” com base na definição prevista no Marco Civil da Internet mostra-se precária uma vez que não contempla a pluralidade de formas de se expor um conteúdo publicitário na internet, não define quais obras serão passíveis de registro e tributação, considerando que é possível ter acesso à obras publicitárias estrangeiras de qualquer lugar do mundo, sem qualquer controle, e tampouco considera a dinamicidade deste segmento, o equiparando equivocadamente aos segmentos de televisão aberta e paga, por exemplo.

Por esta razão, mostra-se essencial a realização de uma Análise de Impacto Regulatório sobre o tema para avaliar corretamente todos os aspectos inerentes à imposição do registro e recolhimento da CONDECINE das obras publicitárias disponibilizadas na internet, e, se mantido o entendimento de que é viável tal cobrança, delimitar o escopo de atuação da ANCINE, definir as obras que deverão ser registradas e estudar a adoção de um modelo mais adequado a este segmento específico que está em processo constante de atualização.

Além disso, a exigência para registro prévio da obra gera morosidade na publicação do conteúdo, indo na contramão da agilidade dos avanços tecnológicos, o que só corrobora com a necessidade de uma avaliação mais aprofundada deste segmento de mercado específico.

Com base no exposto, sugere-se a exclusão do segmento de mercado de “publicidade audiovisual na internet” da minuta de Instrução Normativa ora proposta, até que seja devidamente realizada a Análise de Impacto Regulatório com a observação de todas as especificidades deste segmento.

Autor: NADJA SASSON

Ocupação: GERENTE

Empresa: ABA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES

3.1.5) Contribuição:

À AGÊNCIA NACIONAL DE CINEMA - ANCINE REF.: Contribuições da ABTA à Consulta Pública 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 ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO POR ASSINATURA ç ABTA, entidade de âmbito nacional, sem fins lucrativos, constituída por empresas e outras associações, com atividades

relacionadas direta ou indiretamente com a prestação a assinantes de serviços de distribuição de sinais de vídeo e áudio, de serviços de telecomunicações e de Serviços de Valor Adicionado, vem, pelo presente, apresentar suas contribuições à Consulta Pública 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. Contribuições Gerais A ABTA mais uma vez agradece a oportunidade de se manifestar em uma consulta pública da Ancine. Inicialmente, as associadas da ABTA, programadoras e empacotadoras, gostariam de registrar que aprovam os incentivos econômicos criados pelo regulador para que obras não publicitárias de menor circulação, mais antigas, brasileiras ou não, tenham um desconto de 80% (oitenta por cento) de Condecine-Título. Esse tipo de racional para direcionamento do comportamento do regulado e alcance de objetivos regulatórios parece mais efetivo do que simplesmente criar comandos comportamentais detalhadas e exigir seu cumprimento via fiscalizações e sanções pecuniárias. Apesar da impressão positiva da ABTA sobre os incentivos econômicos identificados para obras não publicitárias, o mesmo não se pode dizer para as propostas de regras relativas às obras publicitárias. A ABTA entende que, de forma geral, as alterações e inclusões propostas para a IN 95, que trata das obras audiovisuais publicitárias, geram novos custos transacionais, novos encargos tributários, ineficiências que aumentarão o custo de produção dessas obras e que, certamente, serão repassados ao longo da cadeia produtiva. Como essas alterações contribuem para o desenvolvimento do mercado audiovisual publicitário brasileiro? Qual o objetivo dessas alterações à luz do plano de desenvolvimento do setor? Quais serão os efeitos dessa mudança de regras para regulados, regulador e para o mercado? Mais uma vez a Ancine parece desdenhar da análise de impacto regulatório (AIR) como ferramenta para tomada de decisão pública, e, como de costume, propõe novos comandos regulatórios sem mensurar seu efeito líquido, o custo/benefício dessa sua decisão para o desenvolvimento do audiovisual no Brasil. Quais os problemas mapeados no âmbito do mercado audiovisual publicitário no Brasil que justificam essas correções, alterações de regras? Quais os objetivos regulatórios ainda pendentes que exigem estas novas proposições, reformulações de regras?

Além de o não uso da AIR aumentar a probabilidade de as intervenções da Ancine se configurarem em falhas regulatórias, seu não uso no âmbito do processo normativo contraria disposição própria do colegiado da Agência. Veja-se o Art. 2º da Resolução nº 52 da Diretoria Colegiada: Art. 2º. A instrução do processo contendo Proposta de Ação e PA e Análise de Impacto e AI, nos termos desta Resolução, é requisito de admissibilidade para a deliberação de proposta de ato normativo pela Diretoria Colegiada. Parágrafo único. Fica facultado à Diretoria Colegiada decidir pela não realização de Análise de Impacto nas seguintes hipóteses: I e tramitação em caráter de urgência; II e atualização de texto ou correção de erro formal em norma preexistente; III e iniciativa de baixa complexidade. (Redação dada pelo artigo 2º da RDC nº61) O presente caso não parece se adequar a nenhuma das exceções que foram previstas, motivo pelo qual se entende que deveria ter sido realizada análise de impacto no âmbito do presente processo. Ademais, e como também versa a referida Resolução n.º 52, a análise de impacto é instrumento de racionalização administrativa e transparência processual da Agência. Por que, então, o presente processo de consulta pública não se baseou em análise de impacto regulatório? Por que, no âmbito dessa consulta pública, somente uma nota explicativa acompanha o texto que propõe as alterações das IN's? Porque não se disponibiliza cópia (física ou eletrônica) do processo administrativo que consubstancia a proposta de alteração regulamentar em consulta pública? No exercício de suas funções regulatórias a Ancine, como ente da Administração Pública Federal, precisa respeitar a Lei nº 9.784/99. Aos olhos dos associados da ABTA a Ancine não cumpriu com alguns requisitos básicos previstos

nesse estatuto legal, tanto em seu Art. 2º como no Art. 37: Art. 2º A Administração Pública obedecerá, dentre outros, aos princípios da legalidade, finalidade, motivação, razoabilidade, proporcionalidade, moralidade, ampla defesa, contraditório, segurança jurídica, interesse público e eficiência. Parágrafo único. Nos processos administrativos serão observados, entre outros, os critérios de: I - atuação conforme a lei e o Direito; (...) VI - adequação entre meios e fins, vedada a imposição de obrigações, restrições e sanções em medida superior àquelas estritamente necessárias ao atendimento do interesse público; VII - indicação dos pressupostos de fato e de direito que determinarem a decisão; VIII - observância das formalidades essenciais à garantia dos direitos dos administrados; (...) XIII - interpretação da norma administrativa da forma que melhor garanta o atendimento do fim público a que se dirige, vedada aplicação retroativa de nova interpretação. (...) Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência (...). O presente processo administrativo respeita os artigos 2º e 37 da Lei 9.784/99? Onde, ao longo desse processo, a Ancine fundamentou a legalidade dessa sua proposição? Na ausência de justificativas e fundamentações, as associadas da ABTA entendem que, do ponto de vista formal, a presente proposta é ilegal ao descumprir com requisitos impostos à Administração Pública pela Lei 9.784/99.

Do ponto de vista material, entendem as associadas da ABTA que a proposta da Ancine também é ilegal ao instituir, via regulamentação própria (e não lei), nova obrigação de pagamento de condécine-título para registro das obras audiovisuais publicitárias a serem exploradas em novo segmento de mercado audiovisual criado - publicidade audiovisual na internet. Os fundamentos desse posicionamento estão abaixo e foram capturados de parecer tributário exarado pelo escritório Sacha Calmon Misabel Derzi Consultores e Advogados : No Direito brasileiro, o princípio da legalidade - "ninguém será obrigado a fazer ou deixar de fazer alguma coisa senão em virtude de lei" - é postulado que transborda para todas as áreas jurídicas, sendo, inclusive, protegido por cláusula pétreia na Constituição de 1988. Esta é uma garantia inserida no rol dos direitos individuais elencados no art. 5º, inciso II daquele diploma. Em matéria tributária, o art. 150 da Constituição Federal expressa ser "vedado à União, aos Estados, ao Distrito Federal e aos Municípios (...) exigir ou aumentar tributo sem lei que o estabeleça". Esta regra estampa o princípio da estrita legalidade, e é o que levou BERNARDO RIBEIRO DE MORAES a sustentar que "um tributo não se encontra criado pela simples autorização legal para cobrá-lo, com determinada denominação. A norma jurídica tributária deve conter todos os elementos instituidores do tributo, a fim de dar condições para que a administração o exija, de forma vinculada e obrigatória". Derivando do princípio da estrita legalidade, encontra-se o princípio da tipicidade fechada, segundo o qual todos os elementos necessários à tributação devem estar previstos no corpo da lei de forma clara e suficiente, não havendo espaço para normas abertas em Direito Tributário, sob pena de arbítrio fiscal. O inteiro teor do art. 97 do Código Tributário Nacional não deixa dúvidas sobre isso, sendo claro ao estabelecer que somente a lei pode definir ou modificar o fato gerador, os sujeitos ativo e passivo, a alíquota e a base de cálculo da obrigação tributária: Art. 97. Somente a lei pode estabelecer: I - a instituição de tributos, ou a sua extinção; II - a majoração de tributos, ou sua redução, ressalvado o disposto nos artigos 21, 26, 39, 57 e 65; III - a definição do fato gerador da obrigação tributária principal, ressalvado o disposto no inciso I do § 3º do artigo 52, e do seu sujeito passivo; IV - a fixação de alíquota do tributo e da sua base de cálculo, ressalvado o disposto nos artigos 21, 26, 39, 57 e 65

Dentre os aspectos essenciais da obrigação tributária, portanto, está o fato gerador (que compreende justamente o núcleo da obrigação tributária), conforme destaca o inciso III do dispositivo supracitado. Por sua relevância, deve ser o fato gerador

taxativamente definido pelo Poder Legislativo, não podendo ficar entregue à discricionariedade dos administradores e no presente caso, a Ancine. Feitas estas considerações, não é preciso muito esforço para se chegar à conclusão de que ao exigir o pagamento de condecine-título no registro de obra publicitária a ser explorada em novo segmento de mercado (publicidade audiovisual na internet) a Ancine desrespeita o princípio da estrita legalidade insculpido na Constituição e no Código Tributário Nacional. Na prática ela está, por via torta, criando nova incidência para a condecine-título. A esse respeito, vale conferir a redação do art. 32, inciso I c/c/ art. 33 da MP nº 2.228-1, que definem o fato gerador da condecine-título: Art. 32. A Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional - Condecine terá por fato gerador: I - a veiculação, a produção, o licenciamento e a distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas com fins comerciais, por segmento de mercado a que forem destinadas Art. 33. A Condecine será devida para cada segmento de mercado, por: I - título ou capítulo de obra cinematográfica ou videofonográfica destinada aos seguintes segmentos de mercado: a) salas de exibição; b) vídeo doméstico, em qualquer suporte; c) serviço de radiodifusão de sons e imagens; d) serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura; e) outros mercados, conforme anexo Não há dúvidas de que a MP nº 2.228-1 não inseriu expressamente no rol de fatos geradores da condecine-título a exploração de obras no (novo) segmento de publicidade audiovisual por internet. A MP nº 2.228-1 definiu sim que a referida contribuição incide sobre os segmentos de salas de exibição, vídeo doméstico, serviço de radiodifusão de sons e imagens, serviço de televisão por assinatura e e eis o ponto crítico da questão e sobre o que chamou de eoutros mercadose.

Quais seriam exatamente esses eoutros mercados? Quais seriam esses diferentes segmentos que poderiam atrair a incidência da chamada condecine-título? Quem irá definir quais segmentos serão tributados e quais não serão? A resposta a tais indagações é simples: ao descrever o fato gerador da condecine-título de forma tão imprecisa e genérica, abriu-se espaço para o Poder Executivo, no caso a Ancine, complementar o conteúdo da norma legal por meio de ato infralegal. E foi exatamente o que ocorreu, como se percebe pela leitura das Instruções Normativas nº 95/11 e 105/12, ora em consulta pública: IN 95 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. (...) §2º Entende-se por Outros Mercados os seguintes segmentos: I - Vídeo por demanda; II - Audiovisual em transporte coletivo; e III - Audiovisual em circuito restrito. IN 105 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 estipulado na tabela constante do Anexo I desta Instrução Normativa. (...) §2º. Entende-se por Outros Mercados os seguintes segmentos: I. Vídeo por demanda; II. Audiovisual em transporte coletivo; e III. Audiovisual em circuito restrito

Conforme se extrai dos dispositivos supratranscritos, à época foi o Presidente da Ancine por meio de uma instrução normativa, quem definiu a relação dos chamados eoutros mercadose que são aptos a atrair a incidência da condecine-título. Foi concedido à Ancine, portanto, uma verdadeira carta branca para exigir a contribuição do segmento de mercado que bem entender e no momento que julgar oportuno, o que gera uma enorme insegurança jurídica. Se quando da publicação das IN 95 e 105 a maior vontade era gerar incidência de condecine-título para registro de obras a serem exploradas no segmento, então criado, vídeo por demanda, agora o novo segmento de mercado a ser tributado, via condecine-título, é o, assim instituído pela Ancine, publicidade audiovisual na internet. Se no passado, pela insegurança jurídica que

gerou, em desrespeito ao princípio da estrita legalidade que governa o Direito tributário Nacional, muitos dos agentes passivos optaram por contestar essa cobrança de condecine-título no segmento vídeo sob demanda, não deverá ser diferente com o segmento de publicidade audiovisual na internet, onde a Ancine, mais uma vez via instrução normativa, cria novas incidências para a condecine-título. O que não se consegue compreender nesse instante é por que a Ancine, após dar mostras de que a criação de novas incidências para a condecine-título deveria acontecer via Lei, a partir de alterações na MP 2228-1, coloca em consulta pública essa proposta que aproveita racional não efetivo no passado, frágil do ponto de vista legal. Pior, coloca em consulta pública sem qualquer estudo, análise realizada. Por todos os motivos expostos, as associadas ABTA entendem que a presente proposta de alteração normativa colocada em consulta pública é ilegal (i) por não cumprir com requisitos impostos pela Lei 9.784/99 à atuação regulatória da Ancine; e (ii) por violar o princípio da estrita legalidade previsto tanto no art. 150, I, da Constituição Federal, quanto no art. 97 do Código Tributário Nacional, quando cria incidência da condecine-título sobre o novo segmento de publicidade audiovisual na internet; e justamente por sua patente ilegalidade solicitam à Ancine que archive o presente processo de consulta pública e, caso pretenda cobrar condecine-título no âmbito de segmentos de mercado a serem criados, que apresente ao Ministério da Cultura Ante-Projeto de Lei Federal para tal.

Autor: LARISSA SOUZA TEIXEIRA

Ocupação: ASSESSORA PARLAMENTAR

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE TELEVISÃO POR ASSINATURA- ABTA

3.1.6) Contribuição:

Sugestão:

Art. 28. São isentas do recolhimento da CONDECINE: ... V - a obra audiovisual publicitária brasileira de caráter beneficente/filantrópico, conforme definição do artigo 1º, inciso XIII desta Instrução Normativa;.... para: V - a obra audiovisual publicitária de caráter beneficente/filantrópico, conforme definição do artigo 1º, inciso XIII desta Instrução Normativa;

Justificativa: 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. A função social das entidades não lucrativas e a necessidade de fazer sua mensagem chegar à população devem ser sobressalentes à taxação das produções comerciais. A ampla disponibilidade de materiais audiovisuais no estrangeiro oferece alternativas de produção com uso de imagens cedidas ou adquiridas com custos compatíveis com as atividades beneficentes e diante das amplas dificuldades de auto-financiamento das entidades de interesse público e beneficentes, 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 taxação.

Autor: ANDRE L STABEL CARVALHO

Ocupação: ENGENHEIRO

Empresa: INSTITUTO ZERO A SEIS

3.2 ARTIGO 1º - alterações no artigo 1º da IN 95

“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..”

3.2.1) Sugestão:

Art. 1º. (...) 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.

Justificativa: A definição proposta para obra audiovisual publicitária destinada ao varejo é mais restritiva do que a vigente atualmente ao determinar a indicação expressa dos preços e condições para aquisição dos produtos anunciados, além de remover a previsão de publicidade e propaganda. Um possível impacto disso é que as comunicações neste formato não poderão mais ser genéricas, devendo o anunciante indicar expressamente os preços e locais de venda, o que nem sempre é possível e/ou viável em determinadas obras publicitárias. Por esta razão, sugere-se a manutenção da definição vigente e mais ampla, permitindo a inclusão de obras publicitárias que atendam aos requisitos de exposição de produto ao consumidor final e porém sem a obrigatoriedade de informar os preços ou locais de venda determinados, o que, dependendo do objeto da obra publicitária, pode inclusive causar estranheza ao público alvo.

Autor: THAÍS ORNELAS GOMES CANDIDO

Ocupação: ADVOGADA

Empresa: CESNIK QUINTINO E SALINAS

3.2.2) Sugestão:

Alteração da redação do artigo 1º, XV, para: “XV - Obra Audiovisual Publicitária destinada ao Varejo: Obra Audiovisual cuja principal finalidade é a oferta de um único ou vários produtos ou serviços para venda direta ao consumidor final, com indicação expressa de preços ou condições de aquisição e de locais de venda determinados”.

Justificativa:

Entendemos que a definição trazida na Instrução Normativa deve deixar claro e expresso que a possibilidade de classificação de uma obra como destinada ao varejo pode se referir tanto a um único produto como um conjunto de produtos sem distinção, de forma a sanar quaisquer questionamentos nesse sentido. Além disso, o art. XVI da MP 2228-1/2001 (Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002) esclarece que uma obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária é aquela destinada à “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”, de forma que a inclusão do termo “serviços” serviria para igualar os dispositivos em conformidade com o previsto na lei.

Autor: MATEUS BASSO

Ocupação: COORDENADOR JURÍDICO

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA PRODUÇÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS

3.2.3) Sugestão:

Art. 1º. (...) 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.

Justificativa: A definição proposta para “obra audiovisual publicitária destinada ao varejo” é mais restritiva do que a vigente atualmente ao determinar a indicação expressa dos preços e condições para aquisição dos produtos anunciados, além de remover a previsão de “publicidade e propaganda”.

Um possível impacto disso é que as comunicações neste formato não poderão mais ser genéricas, devendo o anunciante indicar expressamente os preços e locais de venda, o que nem sempre é possível e/ou viável em determinadas obras publicitárias.

Por esta razão, sugere-se a manutenção da definição vigente e mais ampla, permitindo a inclusão de obras publicitárias que atendam aos requisitos – exposição de produto ao consumidor final – porém sem a obrigatoriedade de informar os preços ou locais de venda determinados, o que, dependendo do objeto da obra publicitária, pode inclusive causar estranheza ao público alvo.

Autor: NADJA SASSON

Ocupação: GERENTE

3.2.4) Sugestão:

Alteração da redação do artigo 1º, XV, para: "XV - Obra Audiovisual Publicitária destinada ao Varejo: Obra Audiovisual cuja principal finalidade é a oferta de um único ou vários produtos ou serviços para venda direta ao consumidor final, com indicação expressa de preços ou condições de aquisição e de locais de venda determinados".

Justificativa: Entendemos que a definição trazida na Instrução Normativa deve deixar claro e expresso que a possibilidade de classificação de uma obra como destinada ao varejo pode se referir tanto a um único produto como um conjunto de produtos sem distinção, de forma a sanar quaisquer questionamentos nesse sentido. Além disso, o art. XVI da MP 2228-1/2001 (Incluído pela Lei nº 10.454, de 13..5.2002) esclarece que uma obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária é aquela destinada à "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", de forma que a inclusão do termo "serviços" serviria para igualar os dispositivos em conformidade com o previsto na lei.

Autor: SONIA REGINA PIASSA

Ocupação: PUBLICITÁRIA

Empresa: APRO

3.2.5) Sugestão:

Art. 1º Os incisos VIII, X e XI do art. 1º da Instrução Normativa nº 95, de 08 de Dezembro de 2011, passa a vigorar com a seguinte redação: VIII - Empresa Produtora Brasileira de áudio e Empresa Produtora Brasileira de Vídeo: pessoas jurídicas constituídas 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 das empresas. 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 de áudio e empresa produtora brasileira de vídeo, registradas 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, tanto para áudio, como para vídeo, 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 de áudio e por empresa produtora brasileira de vídeo, registradas 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".

Justificativa: JUSTIFICATIVA 1: A produção fonográfica publicitária nacional , representada pelas produtoras de áudio associadas à APROSOM, verifica as seguintes necessidades: a) Ter seu ramo de atividade definido e reconhecido pela ANCINE como parte integrante e essencial no processo de produção de obras audiovisuais , incluindo aquelas de caráter publicitário; b) Exigir-se, 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, de maneira similar ao que ocorre com empresas produtoras e vídeo; c) Elaborarem-se medidas de proteção do setor, quer ora vê-se ameaçado por uma série de fatores: Essas necessidades decorrem de aspectos estruturais específicos da indústria audiovisual publicitária que nunca foram levados em conta na normatização do setor bem como de conjuntas atuais que ora ameaçam o segmento.

Autor: ANA MARIA NOGUEIRA DE SOUZA

Ocupação: DIRETORA EXECUTIVA

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS PRODUTORAS DE FONOGRAMAS PUBLICITÁRIOS

3.2.6) Sugestão:

Definir Obra Audiovisual Publicitária de Serviço de Interesse Público: Obra audiovisual cuja principal finalidade é a divulgação de atividades ou serviços oferecidos à população por entidade de Interesse Público ou Beneficente

Justificativa: Para criar claramente uma diferença entre o objetivo comercial e o objetivo social das mensagens que são divulgadas ao público.

Autor: ANDRE L STABEL CARVALHO

Ocupação: ENGENHEIRO

Empresa: INSTITUTO ZERO A SEIS

3.3 ARTIGO 1º - alteração no artigo 2º da IN 95

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)

3.3.1) Sugestão:

Art. 2º : O art. 1º da Instrução Normativa nº 95, de 08 de Dezembro de 2011, passa a ter o inciso XXXII, com a seguinte redação: Empresa Produtora Brasileira de Áudio: Pessoa jurídica constituída sob as leis brasileiras, com sede e administração no País, que no seu instrumento de constituição, ou em alterações contratuais posteriores apresente, exemplificativamente, como atividade econômica principal ou secundária a atividade econômica classificada na subclasse CNAE 59.20-1-00 (Atividades de gravação de som e de edição de música); ou a atividade econômica classificada na subclasse CNAE 59.12-0-02 (Serviços de mixagem sonora em produção audiovisual). Complementarmente, são consideradas produtoras de áudio àquelas que sob a sua iniciativa, orientação e responsabilidade, cria e executa obras sonoras/musicais, sendo legítima titular dos direitos autorais patrimoniais da obra musical/sonora criada por seus profissionais contratados e/ou prestadores de serviço, incluindo mas não limitados aos maestros, os jinglistas, arranjadores, finalizadores, dentre outros, que desenvolverão os arranjos e a orientação da trilha sonora criada, e à quem caberá, de forma exclusiva, autorizar, conceder, licenciar ou ceder os direitos de exploração das obras de que é titular, cuja maioria do capital votante seja de titularidade 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.

Justificativa:

Há que se ressaltar 4 aspectos que justificam a definição, reconhecimento e registro de produtoras de fonogramas publicitários por parte da ANCINE e da legislação do setor do audiovisual : 1. A INDEPENDENCIA das produtoras de fonogramas publicitários em relação às produtoras de imagem, à diferença do que ocorre na produção do cinema. No caso da comunicação publicitária, a produtora de áudio é contratada diretamente pelo ANUNCIANTE ou por intermédio da agencia de propaganda. Por isso, é importante seu reconhecimento no processo de registro de obras audiovisuais já que diversos aspectos do setor de áudio geram demandas distintas das do setor de imagem. Questões de direitos autorais e conexos, por exemplo, tem características bastante especificas quanto ao áudio. Por outro lado, normas reguladoras de importação de peças audiovisuais não contemplam a proteção ao setor de produção de áudio. 2. A IMPORTANCIA das produtoras de fonogramas publicitários na formação, treinamento e provisão de subsistência dos quadros que trabalham na indústria do audiovisual. Músicos, produtores, técnicos, locutores, profissionais estes que também participam de obras audiovisuais de conteúdo artístico e cultural encontram na produção publicitária o ambiente propicio para seu desenvolvimento técnico e subsistência. Esse fato é análogo ao que ocorre com os profissionais da produção de imagem. Nosso mercado emprega , direta ou indiretamente, cerca de 30.000 (trinta mil) profissionais altamente especializados. O reconhecimento das empresas produtoras de fonogramas publicitários e sua manutenção são imprescindíveis para a indústria do audiovisual como um todo. Além disso, a criação musical brasileira se constitui em importante forma de expressão da cultura nacional, possuindo amplo reconhecimento critico internacional, e merece ser objeto de fomento e proteção. 3. A AMEÇA que o setor vem sofrendo em decorrência da entrada de obras audiovisuais publicitárias estrangeiras no país: a entrada de fonogramas publicitários estrangeiros

vem crescendo de forma assustadora. No atual panorama, a ANCINE implementa medidas reguladoras que não beneficiam necessariamente a realidade do mercado da produção de áudio brasileiro. 4. A NECESSIDADE DE REGULAÇÃO num ambiente digital altamente competitivo. A entrada de músicas prontas vindas de outros países através da internet vem crescendo: bancos de trilhas que ganham força no território brasileiro, empresas estrangeiras que, via internet ou associações com produtoras nacionais sem experiência no mercado, vêm abocanhando uma fatia importante de faturamento da indústria brasileira e deixando o mercado nacional empobrecido cultural e financeiramente.

Autor: ANA MARIA NOGUEIRA DE SOUZA

Ocupação: DIRETORA EXECUTIVA

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS PRODUTORAS DE FONOGRAMAS PUBLICITÁRIOS

3.3.2) Sugestão:

Art. 2º (...) § 1º. Após o requerimento do registro do título, a Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Brasil, a Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Exterior e a Obra Audiovisual Publicitária Estrangeira 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.

Justificativa: 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 do processo evolutivo que vem sendo implementado, no qual, cada vez mais, são realizados lançamentos e exibições simultâneas de obras audiovisuais e incluindo publicitárias e para vários países. A previsão para exibição da obra audiovisual publicitária estrangeira somente após o recolhimento da CONDECINE e conseqüente emissão do Certificado de Registro de Título e CRT, o que atualmente pode demorar cerca de 2 a 3 dias, no mínimo, configura um retrocesso e uma barreira negativa à entrada de conteúdo estrangeiro no país, sendo certo que o valor devido a título de CONDECINE por essas obras também é excessivo em relação às obras nacionais.

Autor: THAÍS ORNELAS GOMES CANDIDO

Ocupação: ADVOGADA

Empresa: CESNIK QUINTINO E SALINAS

3.3.3) Sugestão:

Art. 2º (...) § 1º. Após o requerimento do registro do título, a Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Brasil, a Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Exterior e a Obra Audiovisual Publicitária Estrangeira 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. (...) § 2º. Exclusão

Justificativa: 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 do processo evolutivo que vem sendo

implementado, no qual, cada vez mais, são realizados lançamentos e exposições simultâneas de obras audiovisuais e incluindo publicitárias e para vários países. A previsão para exposição da obra audiovisual publicitária estrangeira somente após o recolhimento da CONDECINE e conseqüente emissão do Certificado de Registro de Título e CRT, o que atualmente pode demorar cerca de 2 a 3 dias, no mínimo, configura um retrocesso e uma barreira negativa o entrada de conteúdo estrangeiro no país.

Autor: NADJA SASSON

Ocupao: GERENTE

Empresa: ABA - ASSOCIAO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES

3.4 ARTIGO 1o - alterao no artigo 5o da IN 95

Art. 1o. A Instruo Normativa não. 95, de 08 de dezembro de 2011, passa a vigorar com as seguintes alteraoes:

(...)

“Art. 5o.....

 1o.....

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)

3.4.1) Sugestão:

Art. 5o (...) 1o (...) a) Pelo menos 1 (um) dos diretores da obra audiovisual deve ser brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de 3 (três) anos.

Justificativa: A imposio da quantidade de obras publicitárias que um diretor brasileiro deve ter em seu currículo para que, em caso de codireo, a obra seja considerada como ebrasileirae deve ser excluída por configurar, claramente, uma barreira o entrada de novos profissionais no mercado.  de corrente sabença que o instituto da codireo  muito utilizado para troca de experiências e a adoo de novos pontos de vista ao produto final da obra, sem que haja uma hierarquia direta entre os profissionais envolvidos. Assim, desde que ambos os diretores estejam no mesmo patamar e exerçam as mesmas funoes, não há razão para restringir a participao de direitos brasileiros iniciantes, ou decorrentes do mercado de obras não publicitárias, ou sem o número mínimo de obras publicitárias registradas em seu nome.

Autor: THAÍS ORNELLAS GOMES CANDIDO

Ocupao: ADVOGADA

Empresa: CESNIK QUINTINO E SALINAS

3.4.2) Sugestão:

O art. 5o, 1o , alínea ebe da Instruo Normativa não 95, de 08 de Dezembro de 2011, passa a vigorar com a seguinte redao: b) A produtora brasileira deve possuir registro na ANCINE há pelo menos 5 (cinco) anos e possuir registradas sob a sua titularidade mais de 240 (duzentos e quarenta) obras audiovisuais publicitárias brasileiras.

(Redação dada pelo art. 2º da Instrução Normativa nº 98). No caso de produtora de áudio, basta que ela seja registrada na ANCINE, sem tempo mínimo de registro na ANCINE, assim como de obras sonoras publicitárias brasileiras.¿

Justificativa: Idem à Justificativa do Art. 1º e Art. 2º

Autor: ANA MARIA NOGUEIRA DE SOUZA

Ocupação: DIRETORA EXECUTIVA

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS PRODUTORAS DE FONOGRAMAS PUBLICITÁRIOS

3.4.3) Sugestão:

Sugiro que se mantenha o texto original do item A, assim como sugiro também a exclusão do item B do referido artigo que trata da necessidade da produtora brasileira ter 5 anos de mercado e possuir um mínimo de 240 registros para estar apta a realizar um co-produção internacional.

Justificativa: Entendo que a proposta acima, de alteração do item b, centraliza ainda mais na mão de poucos a possibilidade de realizar uma co-produção internacional. Sobre o item B, que sugiro ser deletado da IN 95, o qual trata do número mínimo de registros, sinto a Ancine buscando atender ao apelo de alguns produtores pela proteção do mercado, criou involuntariamente um cartel de produtoras que passaram a centralizar as co-produções internacionais, afetando diretamente a livre concorrência. Pois para uma produtora atingir tal número de registros em 5 anos, esta precisaria ter uma volume de produção de mais de 4 comerciais ao mês. Volume esse que nem as maiores produtoras do país conseguem manter. Ou seja com este artigo, o mercado de co-produção internacional ficou na mão de menos de uma dezena de produtoras, excluindo produtores experientes da possibilidade de crescerem seus negócios através de parcerias internacionais. O item b não só cartelizou o mercado como também criou um mercado informal de venda de registros para que produtores que não possuem os 240 registros possam seguir ter a oportunidade de atender a clientes internacionais. Na intenção de talvez atender a solicitação de poucos para a proteção do mercado interno a Ancine, involuntariamente ajudou a engrossar o caixa deste pequeno grupo que se dizia em busca de proteção de mercado

Autor: MARCIO CORDEIRO DE LEMOS

Ocupação: PRODUTOR

Empresa: OFF-HOLLYWOOD PRODS.

3.4.4) Sugestão:

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.

Justificativa: A TAP BRASIL recomenda a exclusão da parte final do item ¿a¿, pois tal exigência tornaria o processo de codireção extremamente burocrático. Ademais, a redação do novo dispositivo é ambígua, de forma que não é possível saber qual dos dois diretores (o brasileiro ou o estrangeiro residente no País) deverá cumprir com o requisito de ter filmado 05 obras publicitárias registradas na ANCINE. Tal requisito, ainda, resulta em clara reserva de mercado aos diretores já atuantes, o que resulta em injusta competição entre diretores novos e experientes para inserção no mercado

publicitário. Assim, a redação original do art. 5º, §1º, não deverá ser alterada, tendo em vista a sua nova redação inexata e problemática, o aumento de burocracia que tal novo requerimento traria ao mercado, e a reserva de mercado que ocasionaria em desequilíbrio entre os atuantes no mercado publicitário brasileiro.

Autor: CARLOS EDUARDO DE ALKIMIM

Ocupação: DIRETOR EXECUTIVO – ABPTA

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA

3.4.5) Sugestão:

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

Justificativa:

A imposição da quantidade de obras publicitárias que um diretor brasileiro deve ter em seu currículo para que, em caso de codireção, a obra seja considerada como brasileira deve ser excluída por configurar, claramente, uma barreira à entrada de novos profissionais no mercado. É de corrente sabença 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. Assim, desde que ambos os diretores estejam no mesmo patamar e exerçam as mesmas funções, não há razão para restringir a participação de diretores brasileiros iniciantes, ou decorrentes do mercado de obras não publicitárias, ou sem o número mínimo de obras publicitárias registradas em seu nome.

Autor: NADJA SASSON

Ocupação: GERENTE

Empresa: ABA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES

3.5 ARTIGO 1º - alteração no artigo 11 da IN 95

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)

3.5.1) Sugestão:

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.

Justificativa:

Ao aumentar as obrigações impostas às obras audiovisuais publicitárias brasileiras gravadas ou filmadas no exterior, a ANCINE acabar por gerar o aumento da burocracia e estabelecer entraves limitadores a este tipo de operação, que em alguns casos, já é onerosa para as produtoras de obras publicitárias. A inclusão da declaração assinada pelo diretor e pela empresa produtora, contendo a listagem de todos os profissionais envolvidos na obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no exterior, pode ser substituída por uma declaração da empresa produtora de que os requisitos estão sendo atendidos, principalmente a participação de 1/3 (um terço) de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de 5 (cinco) anos, como já ocorre. É importante destacar, também, que diante do dinamismo do mercado publicitário, quanto mais informações e documentos forem solicitados e aumentando o tempo de análise pela Agência e mais entraves serão criados para a exibição de tais obras.

Autor: THAÍS ORNELLAS GOMES CANDIDO

Ocupação: ADVOGADA

Empresa: CESNIK QUINTINO E SALINAS

3.5.2) Sugestão:

Alterações ao art. 11, parágrafo único, letra "a" e b: a) no caso de Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Brasil: cópia do contrato de produção, cópia de documento idôneo de comprovação do faturamento do valor do contrato de produção 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 do contrato de produção, de documento idôneo de comprovação do faturamento do valor do contrato de produção 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.

Justificativa: A exclusão do termo "nota fiscal" se mostra necessária, tendo em vista não ser 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. Outra justificativa plausível é 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.

Autor: SONIA REGINA PIASSA

Ocupação: PUBLICITÁRIA

Empresa: APRO

3.5.3) Sugestão:

O art. 11º, parágrafo único, alíneas ¿a¿ e ¿b¿ da Instrução Normativa nº 95, de 08 de Dezembro de 2011, passam a vigorar com a seguinte redação: ¿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 ¿ Produtora de Áudio VI Tipo; VII - Duração; VIII - Ano de produção ou importação; IX - 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: cópias dos contratos de produção de áudio e de vídeo, cópias das notas fiscais das produtoras de áudio e de vídeo, 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 do contrato de produção, cópias das notas fiscais das produtoras de áudio e de imagem, 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. (Redação dada pelo art. 2º da Instrução Normativa nº 98)

Justificativa: Idem à Justificativa do Art. 1º e Art. 2º

Autor: ANA MARIA NOGUEIRA DE SOUZA

Ocupação: DIRETORA EXECUTIVA

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS PRODUTORAS DE FONOGRAMAS PUBLICITÁRIOS

3.5.4) Sugestão:

Alterações ao art. 11, parágrafo único, letra "a" e ¿b¿: a) no caso de Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Brasil: cópia do contrato de produção, cópia de documento idôneo de comprovação do faturamento do valor do contrato de produção 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 do contrato de produção, de documento idôneo de comprovação do faturamento do valor do contrato de produção 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.

Justificativa: A exclusão do termo “nota fiscal” se mostra necessária, tendo em vista não ser 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. Outra justificativa plausível é 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.

Autor: MATEUS BASSO

Ocupação: COORDENADOR JURÍDICO

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA PRODUÇÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS

3.5.5) Sugestão:

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.

Justificativa: A TAP BRASIL sugere a exclusão da parte final do item “b” acima, já que tal nova documentação se mostra desnecessária. A dispensabilidade se mostra na medida em que para seja classificada como Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Exterior, a obra audiovisual já deverá cumprir com diversos requisitos: “a obra deve ser 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”. A inserção de novas condições para a filmagem no exterior de obra publicitária com certeza dificultará o processo de produção e desmotivará a produção publicitária brasileira no exterior. Considerando que a publicidade brasileira é uma das melhores do mundo, em grande parte pelas parcerias realizadas com empresas estrangeiras, as limitações burocráticas à filmagem da publicidade brasileira no exterior com certeza atrapalharão o desenvolvimento de tal mercado. 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.

Autor: CARLOS EDUARDO DE ALKIMIM

Ocupação: DIRETOR EXECUTIVO – ABPTA

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA

3.5.6) Sugestão:

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

Justificativa: Ao aumentar as obrigações impostas às obras audiovisuais publicitárias brasileiras gravadas ou filmadas no exterior, a ANCINE acabar por gerar o aumento da burocracia e estabelecer entraves limitadores a este tipo de operação, que em alguns casos, já é onerosa para as produtoras de obras publicitárias. A inclusão da declaração assinada pelo diretor e pela empresa produtora, contendo a listagem de todos os profissionais envolvidos na obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no exterior, pode ser substituída por uma declaração da empresa produtora de que os requisitos estão sendo atendidos, principalmente a participação de 1/3 (um terço) de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de 5 (cinco) anos, como já ocorre. É importante destacar, também, que diante do dinamismo do mercado publicitário, quanto mais informações e documentos forem solicitados e aumentando o tempo de análise pela Agência e mais entraves serão criados para a exibição de tais obras.

Autor: NADJA SASSON

Ocupação: GERENTE

Empresa: ABA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES

3.6 ARTIGO 1º - alteração no artigo 15 da IN 95

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)

3.6.1) Sugestão:

Exclusão dos §§ 1º e 2º

Justificativa: A TAP BRASIL recomenda a exclusão destes §§ 1º e 2º uma vez 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. A rigor nem a obra publicitária brasileira, nem a estrangeira adaptada deveriam ter que aguardar a emissão do CRT pela ANCINE, para que pudesse iniciar sua veiculação. Trata-se de uma medida antieconômica e que conspira contra a necessidade de estímulo à economia nacional. 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. Em conclusão a regra deve continuar sendo a do Art. 15 caput sem inserção destas condições adicionais discriminatórias e sem justificativas.

Autor: CARLOS EDUARDO DE ALKIMIM

Ocupação: DIRETOR EXECUTIVO – ABPTA

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA

3.6.2) Sugestão:

Exclusão dos parágrafos

Justificativa: 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 e incluindo publicitárias e para vários países. A previsão para exibição da obra audiovisual publicitária estrangeira somente após o recolhimento da CONDECINE e consequente emissão do Certificado de Registro de Título e CRT, o que atualmente pode demorar cerca de 2 a 3 dias, no mínimo, configura um retrocesso e uma barreira negativa à entrada de conteúdo estrangeiro no país. Por esta razão, sugere-se a manutenção da redação do art. 15 atualmente vigente.

Autor: NADJA SASSON

Ocupação: GERENTE

Empresa: ABA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES

3.6.3. Sugestão:

Sugere-se a exclusão dos §§1º e 2º do Art. 15, devendo ser mantida a redação atualmente vigente.

Justificativa: 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 e incluindo publicitárias e para vários países. A previsão para exibição da obra audiovisual publicitária estrangeira somente após o recolhimento da CONDECINE e consequente emissão do Certificado de Registro de Título e CRT, o que atualmente pode demorar cerca de 2 a 3 dias, no mínimo, configura um retrocesso e uma barreira negativa à entrada de conteúdo estrangeiro no país. Por esta razão, sugere-se a manutenção da redação do art. 15 atualmente vigente.

Autor: THAÍS ORNELLAS GOMES CANDIDO

3.7 ARTIGO 1º - alteração no artigo 18 da IN 95

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)

3.7.1) Sugestão:

Alterações ao art. 18, item I e II: çArt. 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; documento idôneo de comprovação do faturamento do valor do contrato de produção; 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 obra; documento idôneo de comprovação do faturamento do valor do contrato de produção; 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.

Justificativa: A exclusão do termo "nota fiscal" se mostra necessária, tendo em vista não ser 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. Outra justificativa plausível é 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. Ademais, a documentação apresentada já é suficiente para a realização de uma fiscalização correta e eficiente por esta Agência. A exigência de realização e manutenção de uma cópia do registro audiovisual ou fotográfico dos bastidores da realização da obra filmada ou gravada no exterior, importará 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. Além, a guarda de cópia de documentos de identidade dos técnicos e artistas se mostra num novo entrave burocrático que não resulta em nenhuma concretude lógica ou prática para o fim a que se designa. Apenas aumenta as atribuições e custos da produção sem que dê uma resposta minimamente satisfatória para justificar tal processo.

Autor: SONIA REGINA PIASSA

Ocupação: PUBLICITÁRIA

Empresa: APRO

3.7.2)Sugestão:

O art. 20 da Instrução Normativa nº 95, de 08 de Dezembro de 2011, passa a vigorar com a seguinte redação: "Art. 20. Na claquete 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 - Produtora de Áudio

Justificativa: Idem à Justificativa do Art. 1º e Art. 2º

Autor: ANA MARIA NOGUEIRA DE SOUZA

Ocupação: DIRETORA EXECUTIVA

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS PRODUTORAS DE FONOGRAMAS PUBLICITÁRIOS

3.7.3) Sugestão:

Alterações ao art. 18, item I e II: "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;

documento idôneo de comprovação do faturamento do valor do contrato de produção; 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 obra; documento idôneo de comprovação do faturamento do valor do contrato de produção; 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;

Justificativa: a exclusão do termo "nota fiscal" se mostra necessária, tendo em vista não ser 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. Outra justificativa plausível é 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. Ademais, a documentação apresentada já é suficiente para a realização de uma fiscalização correta e eficiente por esta Agência. A exigência de realização e manutenção de uma cópia do registro audiovisual ou fotográfico dos bastidores da realização da obra filmada ou gravada no exterior, importará 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. Além, a guarda de cópia de documentos de identidade dos técnicos e artistas se mostra num novo entrave burocrático que não resulta em nenhuma concretude lógica ou prática para o fim a que se designa. Apenas aumenta as atribuições e custos da produção sem que dê uma resposta minimamente satisfatória para justificar tal processo.

Autor: MATEUS BASSO

Ocupação: COORDENADOR JURÍDICO

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA PRODUÇÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS

3.7.4) Sugestão:

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; II - se Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada 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; cópia de documento de identidade do(s) diretor(es) e dos artistas e técnicos utilizados na produção da obra.

Justificativa: A TAP BRASIL sugere a exclusão da documentação apontada acima nos incisos I e II, já que tal nova documentação se mostra desnecessária. A dispensabilidade se mostra na medida em que, para seja classificada como Obra Audiovisual Publicitária Brasileira ou Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Exterior, a obra já deverá cumprir com diversos requisitos, dentre eles: "a obra deve ser 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". A inserção de novas condições para a filmagem tanto no exterior quando no território nacional de obra publicitária com certeza dificultará o processo de produção e desmotivará a produção publicitária brasileira. Ademais, considerando-se que a publicidade brasileira é uma das melhores do mundo, em grande parte pelas parcerias realizadas com empresas estrangeiras, as limitações burocráticas à filmagem da publicidade brasileira no exterior com certeza atrapalharão o desenvolvimento de tal mercado. 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 ao exterior, o que, temos certeza, não é do interesse da Ancine.

Autor: CARLOS EDUARDO DE ALKIMIM

Ocupação: DIRETOR EXECUTIVO – ABPTA

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA

3.7.5) Sugestão:

Art. 18 (...) II - se Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada 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; 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.

Justificativa: Ao aumentar as obrigações impostas às obras audiovisuais publicitárias brasileiras gravadas ou filmadas no exterior, a ANCINE acabar por gerar o aumento da burocracia e estabelecer entraves limitadores a este tipo de operação, que em alguns casos, já é onerosa para as produtoras de obras publicitárias. A inclusão, nos documentos que deverão ser guardados por 5 anos, de fotos ou vídeos com os bastidores das filmagens e de comprovantes de execução de despesas no exterior, quando já é obrigatória a guarda documental das notas fiscais e da obra final, é desproporcional e irrazoável, merecendo ser revista.

Autor: THAÍS ORNELAS GOMES CANDIDO
Ocupação: ADVOGADA
Empresa: CESNIK QUINTINO E SALINAS

3.7.6) Sugestão:

Art. 18 (...) II - se Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada 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; 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.

Justificativa: Ao aumentar as obrigações impostas às obras audiovisuais publicitárias brasileiras gravadas ou filmadas no exterior, a ANCINE acabar por gerar o aumento da burocracia e estabelecer entraves limitadores a este tipo de operação, que em alguns casos, já é onerosa para as produtoras de obras publicitárias. A inclusão, nos documentos que deverão ser guardados por 5 anos, de fotos ou vídeos com os bastidores das filmagens e de comprovantes de execução de despesas no exterior, quando já é obrigatória a guarda documental das notas fiscais e da obra final, é desproporcional e irrazoável, merecendo merecer ser revista.

Autor: NADJA SASSON
Ocupação: GERENTE
Empresa: ABA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES

3.8 ARTIGO 1º - alteração no artigo 24 da IN 95

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)

3.8.1) Sugestão:

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 Medida Provisória 2.228- 1, de 06 de setembro de 2001.

Justificativa: A TAP BRASIL entende que 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.

Autor: CARLOS EDUARDO DE ALKIMIM
Ocupação: DIRETOR EXECUTIVO – ABPTA
Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA

3.9 ARTIGO 2º - inclusão no artigo 1º da IN 95

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)

3.9.1) Sugestão:

Exclusão do art. 1º XXVIII-A

Justificativa: A TAP BRASIL entende que a criação de um novo segmento de mercado exige uma lei específica, em particular quando se trata de internet, que é regulada pelo Marco Civil da Internet (MCI) e [Lei nº. 12.965, de 23 de abril de 2014]. A incidência de regulação sobre as atividades na Internet, notadamente por meio de uma Agência Federal, importa em violação aos artigos 2º, 3º e 4º do MCI. Além disso, ao regular a veiculação de publicidade internet acaba gerando o efeito da incidência da CONDECINE sobre mensagens publicitárias, tratandose, portanto de norma legal com efeitos tributários. O princípio da legalidade tributária é violado pela ausência de lei que preveja a incidência de tributação sobre a veiculação de conteúdo audiovisual publicitário na internet. Como define o CTN (art. 96)[Lei 5.172/1966] a expressão "legislação tributária" compreende as leis, os tratados e as convenções internacionais, os decretos e as normas complementares que versem, no todo ou em parte, sobre tributos e relações jurídicas a eles pertinentes. Assim, a definição de internet como segmento de mercado se trata de fato de uma legislação tributária. É vedado se instituir ou majorar tributos sem que a lei assim determine (art. 9º, I do CTN). Além disso, o art. 97 do CTN determina que somente a lei pode estabelecer instituição de tributos, bem como seu fato gerador e fixação de alíquotas. De outro lado, o conteúdo das normas tributárias infra legais restringe-se aos das leis (art. 99 do CTN), não havendo lei que autorize a criação de tributação sobre internet. Em conclusão a TAP BRASIL recomenda, como contribuição, que não seja inserida a “internet” como definição de segmento de mercado, por meio de uma instrução normativa da ANCINE,

devendo o tema ser reservado à iniciativa e avaliação do Congresso Nacional, que tem competência exclusiva para a expedição de uma norma tributária. Além da questão da legalidade, a TAP BRASIL entende que a instituição pela ANCINE da “internet” como segmento de mercado, viola os princípios previstos no MCI.

Autor: CARLOS EDUARDO DE ALKIMIM

Ocupação: DIRETOR EXECUTIVO – ABPTA

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA

3.9.2) Sugestão:

Exclusão dos parágrafos 4º e 5º

Justificativa: A TAP BRASIL em contribuição ao artigo 1º XXVIII-A, recomendou que a ANCINE não transformasse, por instrução normativa, a “internet” como segmento de mercado, pelos motivos ali explicitados. Assim, como consequência a eliminação do XXVIII-A, a TAP BRASIL contribui no sentido de recomendar a eliminação dos §§4º e 5º do art. 1º desta Consulta Pública.

Autor: CARLOS EDUARDO DE ALKIMIM

Ocupação: DIRETOR EXECUTIVO – ABPTA

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA

3.9.3) Sugestão:

Exclusão do Art. 1º. XXVIII-A § 4º

Justificativa: De acordo com o Marco Civil da Internet, entende-se como “internet” o sistema constituído do conjunto de protocolos lógicos, estruturado em escala mundial para uso público e irrestrito, com a finalidade de possibilitar a comunicação de dados entre terminais por meio de diferentes redes. A partir dessa definição e da amplitude deste segmento de mercado, fica claro que deve ser realizado uma Análise de Impacto Regulatória prévia a sua inclusão na IN 95, de forma a avaliar a pertinência ou não desta sugestão, bem como delimitar o escopo de atuação da ANCINE diante da pluralidade de plataformas e formatos envolvidos. Além disso, é notório que o procedimento adotado não deve ser o mesmo para os segmentos de mercado de televisão aberta e paga, pois há um dinamismo maior nas ações publicitárias realizadas na internet que será prejudicado com a obrigatoriedade do recolhimento prévio da CONDECINE. Sugere-se, portanto, a exclusão do inciso XXVIII-A e do §4º e recomenda-se a realização de maiores estudos, com a participação do mercado, sobre o segmento de mercado de internet.

Autor: NADJA SASSON

Ocupação: GERENTE

Empresa: ABA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES

3.9.4) Sugestão:

Alteração da redação do artigo 1º, XXVIII-A, para: "Art. XXVIII-A - Segmento de Mercado Audiovisual - Publicidade audiovisual na Internet: conjunto de atividades encadeadas realizadas por um ou vários agentes econômicos, com presença direta ou indireta, por meio de uma ativação estruturada e estratégica, necessárias à veiculação de obras audiovisuais publicitárias na Internet, para fins de promoção de uma marca, produto, serviço e/ou mensagem institucional".

Justificativa: A extensão da conceituação é uma preocupação externada para que haja maior segurança jurídica na aplicação das novas regras que envolvem produções audiovisuais publicitárias destinadas à veiculação na internet, adequando o conceito à realidade.

Autor: SONIA REGINA PIASSA

Ocupação: PUBLICITÁRIA

Empresa: APRO

3.9.5) Sugestão:

Sobre o §5º, qual a finalidade concreta desta disposição? Significaria, por exemplo, que banner e GIFs de internet não são obra publicitária audiovisual, correto?

Justificativa: Exemplificar melhor o termo técnico para que não haja subterfúgios a esta conceituação apenas para "fugir" da tributação.

Autor: SONIA REGINA PIASSA

Ocupação: PUBLICITÁRIA

Empresa: APRO

3.9.6) Sugestão:

A Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico ("camara-e.net") sugere a manutenção do texto vigente do art. 1º da IN 95/2011 e a não inclusão do conceito estabelecido no inciso XXVIII-A.

Justificativa: O Mercado de Audiovisual no Brasil é regido, nos termos da lei, pelos princípios constitucionais da livre concorrência e mínima intervenção estatal de sorte que cabe ao regulador estabelecer os limites balizadores de atuação do mercado e não a criação de obstáculos ao seu desenvolvimento. (Art. 3º Lei 12.485/2011) Em sentido contrário ao mandamento legal, a ANCINE propõe a criação da conceituação de "Publicidade Audiovisual na Internet" sem fazer qualquer exposição de motivos, obrigatória em sua atuação (Art. 2º Lei 9.784/1999) e sem expressamente especificar quais são as resoluções, números, datas, teor das decisões que utiliza para embasar tal modificação, impedindo, desta forma, que façam contribuições. Ademais, ao criar tal conceito específico, a ANCINE deixa de considerar a natureza global da internet, caracterizada, essencialmente, pela inovação e pelo consequente dinamismo no desenvolvimento de novos modelos de negócios. É um mercado atípico que está sempre em constante desenvolvimento e aperfeiçoamento. Necessário salientar que eventuais restrições que venham a ser impostas pelo legislador devem ser estabelecidas com cautela, de forma adequada, observando-se a necessidade de sua imposição e a proporcionalidade relativa aos fins a que se destinam, jamais podendo comprometer o núcleo essencial da liberdade. Portanto, a interferência do Estado em direitos fundamentais deve ser pautada por um rígido controle, garantindo-se proteção ao valor constitucional contra desvios ou arbítrios estatais, não havendo discricionariedade administrativa quando se trate de imposição de restrições às

liberdades. A inclusão deste inciso XXVIII-A significa um intervencionismo despropositado na atividade empresarial, caracterizando-se como um excesso na regulação, que prejudica o curso do processo de evolução tecnológica, inibindo o surgimento de inovações, que dão origem a novos modelos de negócios. Tal intervencionismo estatal exacerbado, desta feita, acaba por desestimular a instalação de empresas no País, as quais são potencialmente consideráveis fontes de renda e emprego, tão necessários diante da crise econômica vivida atualmente. Importante esclarecer que a camara-e.net não está afirmando que uma lei não possa servir ao futuro, mas argumenta que o princípio da legalidade, em tema de limitações a direitos fundamentais, requer perfeita correspondência entre o critério material previsto na norma em abstrato e o evento ocorrido no mundo fático. Necessário reconhecer que as inovações tecnológicas no mundo globalizado no qual nos encontramos são extremamente relevantes, a ponto de produzirem impactos sobre os preços, o funcionamento das empresas, as estruturas de mercados, podendo afetar ou beneficiar os consumidores. É indispensável perceber que uma inovação pode possibilitar que direitos fundamentais sejam exercidos em sua decorrência. Inovações apresentam, assim, desafios para o Direito, afetando o próprio Estado, que tem deveres de regular, fiscalizar, prevenir e reprimir abusos. Desta feita, o Direito cumpre papel extremamente relevante em contextos de mudanças, de inovações, pois deve ser capaz de prestigiá-las quando geram desenvolvimento. Uma regulação excessiva ou ineficiente, que não perceba o novo, que engesse a sociedade nos rótulos já conhecidos pode representar uma barreira enorme ao progresso econômico, científico e social. Nessa linha de raciocínio, é preciso ter sensibilidade para compreender que a internet impactou sob diversas vertentes as relações sociais e econômicas, permitindo uma gama imensa de novos segmentos de atividade econômica. A excessiva intervenção estatal no mercado de internet, pela imposição de ônus desmesurados, desproporcionais e incompatíveis com a sua natureza, pode acarretar a própria inviabilidade do negócio, com graves reflexos aos consumidores e ao próprio objetivo da ANCINE, que é o fomento da indústria audiovisual nacional.

Autor: LEONARDO AUGUSTO FURTADO PALHARES

Ocupação: PRESIDENTE

Empresa: CAMARA BRASILEIRA DE COMERCIO ELETRONICO

3.9.7) Sugestão:

Alteração da redação do artigo 1º, XXVIII-A, para: “Art. XXVIII-A – Segmento de Mercado Audiovisual – Publicidade audiovisual na Internet: conjunto de atividades encadeadas realizadas por um ou vários agentes econômicos, com presença direta ou indireta, por meio de uma ativação estruturada e estratégica, necessárias à veiculação de obras audiovisuais publicitárias na Internet, para fins de promoção de uma marca, produto, serviço e/ou mensagem institucional”.

Justificativa: A extensão da conceituação é uma preocupação externada para que haja maior segurança jurídica na aplicação das novas regras que envolvem produções audiovisuais publicitárias destinadas à veiculação na internet, adequando o conceito à realidade.

Autor: MATEUS BASSO

Ocupação: COORDENADOR JURÍDICO

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA PRODUÇÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS

3.9.8) Sugestão:

Sugere-se a exclusão do §5º do art. 1º.

Justificativa: Considerando a sugestão para exclusão das referências à inclusão do segmento de mercado de 'publicidade audiovisual na internet' até que seja realizada a Análise de Impacto Regulatório necessária, também se mostra apropriada a exclusão da determinação do §5º do art. 1º diante da pluralidade de plataformas e formatos envolvidos no mercado publicitário atual. Além disso, não há que se falar na adoção de um padrão único para todos os segmentos de mercado nos quais uma obra publicitária pode ser explorada, tendo em vista que para cada uma, há um procedimento mais adequado ao resultado final pretendido. Nas ações publicitárias realizadas na internet, por exemplo, há um dinamismo maior do que nos segmentos de mercado de televisão aberta e paga, por exemplo.

Autor: THAÍS ORNELAS GOMES CANDIDO

Ocupação: ADVOGADA

Empresa: CESNIK QUINTINO E SALINAS

3.9.9) Sugestão:

Especificar mais exemplificativamente o §5º, e menos numa construção técnica. Assim dá margens para questionamentos e dúvidas, por exemplo: qual a finalidade concreta desta disposição? Significaria, por exemplo, que banner e GIFs de internet não é obra publicitária audiovisual, correto?

Justificativa: Expandir este conceito para que não haja subterfúgios e fuga de tributação. Do jeito que está dá margem para compreensões ambíguas.

Autor: MATEUS BASSO

Ocupação: COORDENADOR JURÍDICO

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA PRODUÇÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS

3.9.10) Sugestão:

O IAB Brasil recomenda expressamente a exclusão dos incisos e parágrafos propostos em Consulta Pública acima mencionados, pelos motivos abaixo expostos.

Justificativa: 1. Especificamente em relação à matéria tributária, o princípio constitucional da legalidade tem características rigorosas. A tributação somente pode ser considerada válida se verificado o caso específico previsto em lei, visto que é vedado à União, aos Estados e Distrito Federal e aos Municípios exigir ou aumentar tributo sem lei que o estabeleça. 2. A remissão genérica da MP 2.228-1/01 a 'outros mercados' não tem o condão de conferir à ANCINE a competência de criar novas hipóteses de incidência para a CONDECINE. Em não havendo uma modificação legislativa e uma clara definição através de lei (e não de Instruções Normativas) de quais seriam tais 'outros mercados', as autoridades fiscais encontram-se impedidas de efetuar cobranças de CONDECINE sobre a divulgação de obras em mercados que não estejam expressamente definidos na MP 2228/01 (a exemplo de publicidade audiovisual na internet). 3. Uma interpretação distinta implicaria delegação legislativa inconstitucional e, em última análise, afronta à separação dos poderes. Exatamente para evitar a usurpação da função legislativa, a Constituição de 1988 estabeleceu no artigo 25 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, a revogação de 'todos os dispositivos legais que atribuam ou deleguem a órgão do Poder Executivo competência

assinhalada pela Constituição ao Congresso Nacional, especialmente no que tange à ação normativa. 4. Diante disso, qualquer cobrança nesse sentido ou medida coercitiva das autoridades que tenha por objetivo a não veiculação de obras em segmentos não devidamente listados na MP 2228/01, como o de publicidade audiovisual na internet, sob o pretexto de estarem incluídos na categoria "outros mercados" por Instrução Normativa, podem, na nossa avaliação, ser combatidas no Poder Judiciário. 5. Acrescenta-se, ainda, o problema de se vincular a criação deste novo segmento de mercado a conceito tão amplo como o de internet, que é mutável. Sem delimitar a atividade que procura atingir (por exemplo, publicidade via streaming ou aquela veiculada em portais de notícia, etc.), a ANCINE outorga a si mesma uma competência ilimitada para a cobrança da contribuição, com alcance para uma infinidade de aplicações, incluindo tecnologias e modelos de negócio futuros, sem qualquer previsibilidade e em completa violação aos princípios da legalidade e segurança jurídica. 6. Note-se que a internet não se confunde com outros segmentos como radiodifusão e serviço de acesso condicionado sobre os quais incide a CONDECINE. Trata-se de um "Serviço de Valor Adicionado", atividade econômica não sujeita a qualquer regime de autorização ou concessão. Diferentemente do serviço de radiodifusão e de alguns serviços de telecomunicações que dependem da utilização de um bem público escasso e finito - o espectro eletromagnético -, alocado pelo Estado a um número limitado de prestadores, a internet não é serviço titularizado pelo Estado, não ocupa qualquer recurso público escasso e também não se sujeita a um regime jurídico de licenciamento. Logo, a oferta de conteúdo nesse meio de comunicação é feita livremente por uma infinidade de redes e agentes localizados no Brasil ou mesmo no exterior, o que suscita ao menos uma dúvida quanto ao efeito prático de se utilizar um conceito tão amplo como o de internet para este novo segmento de mercado audiovisual.

8. Vale recordar também, que vige no Brasil o princípio da anterioridade tributária. Ainda que fosse possível a criação de nova tributação por meio de uma Instrução Normativa - o que obviamente se assume apenas para argumentar -, haveria que se respeitar o princípio da anterioridade tributária de maneira que apenas no próximo ano fiscal poderia se cogitar da entrada em vigor da alteração, e não em 30 dias contados da edição da Instrução Normativa. 9. Desse modo, a instrução normativa é ilegal não só do ponto de vista formal, mas também material, por abordar a questão de maneira totalmente desproporcional. Conclusão Agradecemos pela oportunidade de apresentar nossas contribuições à consulta pública da ANCINE, esperando ter demonstrado o grave equívoco que representaria pretender incluir a "Internet" como um segmento de mercado para fins da Instrução Normativa 95 da ANCINE, atraindo, portanto, a incidência da necessidade de registro de título (CRT) prévio à veiculação, bem como o recolhimento da CONDECINE aplicável, para peças publicitárias veiculadas na Internet, recomendando expressamente que os incisos e parágrafos propostos em Consulta Pública a respeito sejam expressamente excluídos. Permanecemos à inteira disposição da ANCINE para colaborar em tudo que esteja ao nosso alcance, visando à plena realização dos objetivos que orientam o uso da Internet no Brasil. Atenciosamente, André Izay Presidente do IAB Brasil Marcel Leonardi Presidente do Comitê de Assuntos Jurídicos do IAB Brasil

Autor: MARCEL LEONARDI

Ocupação: ADVOGADO

Empresa: GOOGLE

3.9.11) Sugestão:

Sugere-se a exclusão do inciso XXVIII-A e do §4º.

Justificativa: De acordo com o Marco Civil da Internet, entende-se como "internet" o sistema constituído do conjunto de protocolos lógicos, estruturado em escala mundial para uso público e irrestrito, com a finalidade de possibilitar a comunicação de dados entre terminais por meio de diferentes redes. A partir dessa definição e da amplitude deste segmento de mercado, fica claro que deve ser realizado uma Análise de Impacto Regulatória prévia a sua inclusão na IN 95, de forma a avaliar a pertinência ou não desta sugestão, bem como delimitar o escopo de atuação da ANCINE diante da pluralidade de plataformas e formatos envolvidos. Além disso, é notório que o procedimento adotado não deve ser o mesmo para os segmentos de mercado de televisão aberta e paga, pois há um dinamismo maior nas ações publicitárias realizadas na internet que será prejudicado com a obrigatoriedade do recolhimento prévio da CONDECINE. Sugere-se, portanto, a exclusão do inciso XXVIII-A e do §4º e recomenda-se a realização de maiores estudos, com a participação do mercado, sobre o segmento de mercado de internet.

Autor: THAÍS ORNELAS GOMES CANDIDO

Ocupação: ADVOGADA

Empresa: CESNIK QUINTINO E SALINAS

3.9.12) Sugestão:

A camara-e.net sugere a manutenção do texto vigente do art. 1º da IN 95/2011 e a não inclusão do conceito estabelecido no inciso XXVIII-A. Conforme mencionado acima, o Mercado de Audiovisual no Brasil é regido, nos termos da lei, pelos princípios constitucionais da livre concorrência e mínima intervenção estatal de sorte que cabe ao regulador estabelecer os limites balizadores de atuação do mercado e não a criação de obstáculos ao seu desenvolvimento. (Art. 3º Lei 12.485/2011) Em sentido contrário ao mandamento legal, a ANCINE propõe a criação da conceituação de "Publicidade Audiovisual na Internet" sem fazer qualquer exposição de motivos, obrigatória em sua atuação (Art. 2º Lei 9.784/1999) e sem expressamente especificar quais são as resoluções, números, datas, teor das decisões que utiliza para embasar tal modificação, impedindo, desta forma, que façam contribuições. Ademais, ao criar tal conceito específico, a ANCINE deixa de considerar a natureza global da internet, caracterizada, essencialmente, pela inovação e pelo consequente dinamismo no desenvolvimento de novos modelos de negócios. É um mercado atípico que está sempre em constante desenvolvimento e aperfeiçoamento. Necessário salientar que eventuais restrições que venham a ser impostas pelo legislador devem ser estabelecidas com cautela, de forma adequada, observando-se a necessidade de sua imposição e a proporcionalidade relativa aos fins a que se destinam, jamais podendo comprometer o núcleo essencial da liberdade. Portanto, a interferência do Estado em direitos fundamentais deve ser pautada por um rígido controle, garantindo-se proteção ao valor constitucional contra desvios ou arbítrios estatais, não havendo discricionariedade administrativa quando se trate de imposição de restrições às liberdades.

Justificativa: A inclusão deste inciso XXVIII-A significa um intervencionismo despropositado na atividade empresarial, caracterizando-se como um excesso na regulação, que prejudica o curso do processo de evolução tecnológica, inibindo o surgimento de inovações, que dão origem a novos modelos de negócios. Tal intervencionismo estatal exacerbado, desta feita, acaba por desestimular a instalação de empresas no País, as quais são potencialmente consideráveis fontes de renda e emprego, tão necessários diante da crise econômica vivida atualmente. Importante

esclarecer que a camara-e.net não está afirmando que uma lei não possa servir ao futuro, mas argumenta que o princípio da legalidade, em tema de limitações a direitos fundamentais, requer perfeita correspondência entre o critério material previsto na norma em abstrato e o evento ocorrido no mundo fático. Necessário reconhecer que as inovações tecnológicas no mundo globalizado no qual nos encontramos são extremamente relevantes, a ponto de produzirem impactos sobre os preços, o funcionamento das empresas, as estruturas de mercados, podendo afetar ou beneficiar os consumidores. É indispensável perceber que uma inovação pode possibilitar que direitos fundamentais sejam exercidos em sua decorrência. Inovações apresentam, assim, desafios para o Direito, afetando o próprio Estado, que tem deveres de regular, fiscalizar, prevenir e reprimir abusos. Desta feita, o Direito cumpre papel extremamente relevante em contextos de mudanças, de inovações, pois deve ser capaz de prestigiá-las quando geram desenvolvimento. Uma regulação excessiva ou ineficiente, que não perceba o novo, que engesse a sociedade nos rótulos já conhecidos pode representar uma barreira enorme ao progresso econômico, científico e social. Nessa linha de raciocínio, é preciso ter sensibilidade para compreender que a internet impactou sob diversas vertentes as relações sociais e econômicas, permitindo uma gama imensa de novos segmentos de atividade econômica. A excessiva intervenção estatal no mercado de internet, pela imposição de ônus desmesurados, desproporcionais e incompatíveis com a sua natureza, pode acarretar a própria inviabilidade do negócio, com graves reflexos aos consumidores e ao próprio objetivo da ANCINE, que é o fomento da indústria audiovisual nacional. Nesse cenário, é possível que ocorra uma fuga de investimentos do País pelo excesso de regulação e imposição de restrições, o que iria de encontro ao próprio crescimento e desenvolvimento da internet do Brasil, eis que como agentes econômicos tais empresas buscam ofertar seus serviços adequadamente, prestando sua atividade em conformidade com as leis, com a segurança jurídica necessária à viabilidade de seu modelo de negócios. Assim, não se justifica a inclusão de conceito tão específico na regulamentação quando não há qualquer questão que demande uma ação da ANCINE (princípio da livre iniciativa). A proposta de alteração apresentada pela ANCINE, ao incluir a "Publicidade Audiovisual na Internet" dentre os segmentos de mercado situados no campo de incidência da CONDECINE, viola o princípio da estrita legalidade tributária, previsto no artigo 150, inciso I da Constituição Federal, o qual estabelece que é vedada a cobrança de tributo sem lei que o estabeleça. Criado o tributo - por lei em sentido estrito -, com as especificações de seu fato gerador, base de cálculo e contribuintes, a interpretação da norma deverá se dar de forma restrita e sistemática, sem interpretações extensivas e com estrita observância à legalidade.

Autor: LEONARDO AUGUSTO FURTADO PALHARES

Ocupação: PRESIDENTE

Empresa: CAMARA BRASILEIRA DE COMERCIO ELETRONICO

3.9.13) Sugestão:

exclusão do art. 1º §5º

Justificativa: Considerando a sugestão para exclusão das referências à inclusão do segmento de mercado de "publicidade audiovisual na internet" até que seja realizada a Análise de Impacto Regulatório necessária, também se mostra apropriada a exclusão da determinação do §5º do art. 1º diante da pluralidade de plataformas e formatos envolvidos no mercado publicitário atual. Além disso, não há que se falar na adoção de um padrão único para todos os segmentos de mercado nos quais uma obra publicitária pode ser explorada, tendo em vista que para cada uma, há um procedimento mais

adequado ao resultado final pretendido. Nas ações publicitárias realizadas na internet, por exemplo, há um dinamismo maior do que nos segmentos de mercado de televisão aberta e paga, por exemplo.

Autor: NADJA SASSON

Ocupação: GERENTE

Empresa: ABA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES

3.9.14) Sugestão:

Não é demais lembrar que a ANCINE, agência reguladora federal, encontra-se submetida à observância dos princípios rege-doras da atuação da Administração Pública, dentre eles o da legalidade. O princípio da legalidade requer da Administração Pública uma atuação conforme a lei, fazendo somente aquilo que a lei lhe autoriza. Na lei encontram-se os limites ao exercício das competências conferidas à ANCINE pelo artigo 7º da MP nº 2228-1. Com efeito, no exercício da sua competência normativa, a ANCINE deve obediência ao princípio da legalidade. Conforme Maria Sylvia Zanella Di Pietro, as agências reguladoras só podem baixar normas para ¿(a) regular a própria atividade de agência por meio de normas de efeitos internos; (b) conceituar, interpretar, explicitar conceitos jurídicos indeterminados contidos em lei, sem inovar na ordem jurídica. Essa segunda função explica-se pela natureza técnica e especializada das agências.¿ (Direito administrativo. 25. ed. São Paulo: Atlas, 2012. 932 p, p.504). Nesse passo, sendo defeso à ANCINE, no exercício de sua competência normativa, inovar na ordem jurídica criando nova hipótese de incidência da CONDECINE, nos termos expostos no campo Justificativa, a ABRANET discorda da criação de segmento de mercado Publicidade Audiovisual na Internet, sugerindo à ANCINE que não inclua os seguintes dispositivos na Instrução Normativa nº 95/2011: inciso XXVIII-A e §4º no artigo 1º, e inciso V no §2º do artigo 24. É imperativo destacar que a Internet constitui ambiente que, na esteira da Constituição Federal de 1988, artigo 170, funciona sob a égide da livre iniciativa e da livre concorrência, não sujeita a regulação da ANCINE. Desta forma, qualquer intervenção desse ente regulador deve passar por ampla discussão legislativa, nas bases democráticas e jurídicas que embasam as intervenções do estado no domínio econômico.

Justificativa: A ABRANET, fundada em 1996 com objetivo de congregar os provedores de Internet e atuar em defesa da Internet, saúda a iniciativa da ANCINE de promover o debate público das alterações normativas pretendidas e apresenta a seguir seus comentários e sugestões. A consulta pública é um importante instrumento para viabilizar uma sociedade ativa e participativa. No entanto, considerando que a presente Consulta Pública endereça questões de grande importância à sociedade, o curto prazo de 30 dias para submissão de comentários obstou o amplo debate a respeito das questões em pauta. Assim, tendo em vista que o curto prazo de 30 dias impediu sua plena e ampla participação, a ABRANET centrará sua manifestação no tema central em discussão, apresentando um único comentário a respeito da criação do novo segmento de mercado audiovisual - Publicidade Audiovisual na Internet. A ANCINE pretende criar o novo segmento de mercado de Publicidade Audiovisual na Internet mediante a inclusão de novos dispositivos na Instrução Normativa nº 95/2011. Este novo segmento de mercado será inserido dentro da categoria ¿Outros Mercados¿ prevista no artigo 24, §2º da Instrução Normativa nº 95/2011. Referido artigo 24 trata da incidência da CONDECINE por título de obra audiovisual publicitária para cada segmento de mercado audiovisual ali indicado, de modo que a criação da Publicidade Audiovisual na Internet como um novo segmento de mercado tem como consequência principal a incidência da contribuição sobre os títulos de obras audiovisuais

publicitárias veiculadas na Internet. Com efeito, a ANCINE pretende criar, via instrução normativa, uma nova hipótese de incidência da CONDECINE - proceder que não encontra guarida no ordenamento jurídico. Em matéria tributária é mandatória observância dos princípios da reserva legal e da tipicidade, segundo os quais apenas lei em sentido estrito pode, de forma taxativa, criar tributo ou hipótese de incidência de tributo. Além de criar um dado tributo, a lei deve exaurir os aspectos atinentes ao fato gerador deste tributo e definir de modo taxativo e completo os tipos tributáveis, sendo defeso fazê-lo via decreto ou qualquer outro ato normativo infralegal. A CONDECINE, sendo um tributo, foi criada pela MP nº 2228-1 cujo artigo 33 estabelece os segmentos de mercado para os quais são destinadas as obras audiovisuais sujeitas à incidência da contribuição. O Anexo I da MP nº 2228-1 lista os segmentos de mercado inseridos na categoria Outros Mercados de que trata o artigo 33, I *in fine*. Nos termos da lei (cf. artigo 33, II), as obras publicitárias cinematográficas ou videofonográficas estão sujeitas à CONDECINE por cada segmento de mercado listado nas alíneas do inciso I do artigo 33 e, particularmente em relação ao segmento de mercado de que trata a alínea *in fine* (Outros Mercados), as hipóteses estão taxativamente referidas no Anexo I. A referência genérica a Outros Mercados não confere à ANCINE a competência para inovar, i.e. criar novas hipóteses de incidência da contribuição. E mais, esse também não poderia ser o caso tendo em vista que o próprio Anexo I, quando especifica os *outros mercados* excetua a hipótese de incidência do Condecine sobre obras publicitárias nestes mercados por eles listados. Como visto, o princípio da tipicidade tributária requer a previsão legal - repete-se, lei em sentido estrito - de todos os aspectos atinentes ao fato gerador da CONDECINE. E por se tratar da matéria tributária, qualquer novo segmento de mercado audiovisual que se pretenda inserir na categoria Outros Mercados, de que trata o artigo 33, I *in fine* da MP nº 2228-1, depende de lei. A criação de novo segmento de mercado audiovisual por meio de ato infralegal, tal como instrução normativa da ANCINE, fere os princípios da reserva legal e da tipicidade.

Autor: CAROL ELIZABETH CONWAY

Ocupação: DIRETORA

Empresa: ABRANET - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE INTERNET

3.9.15) Sugestão:

Revogar inciso XXVIII-A e § 4º.

Justificativa: A Brasscom sugere a manutenção do texto vigente do art. 1º da IN 95/11, ou seja, a não inclusão do conceito de *Segmento de Mercado Audiovisual e Publicidade audiovisual na Internet* em novo inciso XXVIII-A ao art. 1º, bem como propugna pela retirada da alteração proposta trazida pela inserção de novo § 4º ao mesmo artigo, delimitando o conceito de Internet com base no Marco Civil da Internet. A inclusão de novo segmento de mercado à revelia de contribuições mais aprofundadas que poderiam advir de um debate mais amplo entre os setores envolvidos e as autoridades públicas, prejudica a segurança jurídica garantida aos empreendedores no Brasil, e que é consubstanciada no princípio constitucional da livre concorrência e mínima intervenção, os quais foram devidamente contemplados na legislação infraconstitucional conforme depreende-se da leitura do art. 3º da Lei no. 12.485/11. Em seu mister regulatório, o agente público não deve inibir a adoção de novos modelos de negócios que propiciem o desenvolvimento econômico e social, e tampouco inviabilizar a livre iniciativa e a liberdade de manifestação. A regulação de setores econômicos deve ter por objetivo o aumento do bem-estar geral da sociedade e, para isso, deve valer-se dos instrumentos necessários para auferir o efetivo impacto

de sua ação regulatória. Ademais, os instrumentos regulatórios, em especial aqueles relacionados com mercados tão dinâmicos e de alta concorrência e poder de inovação como a Internet, devem prezar por uma visão regulatória ex post de forma a remediar iniciativas ou anormalidades de mercado que tragam prejuízo social efetivo, razão pela qual compete aos agentes reguladores, dentro dos limites legais, proverem as latitudes de atuação do mercado sem inibir a adoção de novos modelos inovadores de negócios. Ademais, não conseguimos identificar a motivação do ato que ensejou a realização da presente consulta pública a fim de inserir em instrumento regulatório o conceito de “Publicidade audiovisual na internet”, em flagrante descumprimento do caput do art. 2º da Lei no 9.784/99. A motivação dos atos administrativos é fundamental para viabilizar a interlocução entre os agentes de mercado e o ente regulador, e, assim, possibilitar a construção de regulação adequada para cada setor. Não vislumbramos a ocorrência de oportunidade de fala nos atos anteriores à presente consulta, tampouco conseguimos constatar a existência do debate no seio dessa autarquia, seja mediante resoluções, números, atas, teor de decisões, falas em sede de diretoria colegiada etc. Ao criar conceito específico, essa agência reguladora não leva em consideração a própria natureza da Internet que é global e caracteriza-se pela inovação, pluralidade de agentes, evolução tecnológica e profícuo celeiro de novos modelos de negócios mundo afora. A criação de ônus regulatório regional pode isolar o País das cadeias de valor do ecossistema digital, o qual desconhece fronteiras. Uma regulação adequada para o ambiente da Internet deve ser forte indutora da atratividade de novos negócios ao País e que leve em conta o caráter cooperativo da rede. A atração de novos negócios pode gerar renda e emprego, elementos imprescindíveis para a superação das condições econômicas atuais. Desta forma, importa preservar a natureza aberta e não discriminatória da Internet, conforme disposto no Art. 2º, IV, Art. 3º, VII, e no Art. 4º, incisos I e IV, da Lei no 12.965/2014 (Marco Civil da Internet).

Autor: DANIEL STIVELBERG

Ocupação: GERENTE DE RELAÇÕES GOVERNAMENTAIS E INSTITUCIONAIS DA BRASSCOM

Empresa: BRASSCOM - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

3.10 ARTIGO 2º - inclusão no artigo 2º da IN 95

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)

3.10.1) Sugestão:

Sugere-se a exclusão do §2º.

Justificativa: 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 do processo evolutivo que vem sendo implementado, no qual, cada vez mais, são realizados lançamentos e exibições simultâneas de obras audiovisuais e incluindo publicitárias e para vários países. A previsão para exibição da obra audiovisual publicitária estrangeira somente após o recolhimento da CONDECINE e consequente emissão do Certificado de Registro de Título e CRT, o que atualmente pode demorar cerca de 2 a 3 dias, no mínimo, configura um retrocesso e uma barreira negativa à entrada de conteúdo estrangeiro no país.

Autor: THAÍS ORNELAS GOMES CANDIDO

Ocupação: ADVOGADA

Empresa: CESNIK QUINTINO E SALINAS

3.10.2) Sugestão:

Deveria ser mantido o mesmo critério da obra audiovisual publicitária brasileira para trailer de conteúdos audiovisuais que serão exibidos no cinema com sessões limitadas. Sugiro também que, nesse caso, seja concedida a isenção da necessidade do CRT nos segmentos salas de exibição e internet.

Justificativa: A janela de um conteúdo especial/alternativo para cinema é geralmente bem curta e não deixa muita manobra para mudanças de datas de exibição. Além disso, para o sucesso desse tipo de conteúdo mais restrito e com exibições limitadas a comunicação/divulgação é primordial, restringir ainda mais seu tempo de exposição afetará o resultado de público e comprometerá esse e novo mercado que está se fortificando justamente agora com a digitalização das salas. Ainda, segundo o art. 16 da IN 95, "as chamadas dos programas e a publicidade de obras audiovisuais veiculadas (...) nos segmentos de mercado de salas de exibição (...)" estão isentas da necessidade de registro. Sendo a internet (site e mídias sociais do exibidor, no caso) mais um canal de comunicação, deveria ser seguido o mesmo critério. Ratifico que o mercado de conteúdo especial para cinema é ainda pequeno, assim como seu retorno financeiro. Para seu desenvolvimento seria interessante que esses conteúdos fossem tratados de forma diferente que a de filmes regulares.

Autor: RENATA LIMA

Ocupação: COORDENADORA DE CONTEÚDOS ESPECIAIS PARA CINEMA

Empresa: FLIX MEDIA

3.10.3) Sugestão:

Exclusão do §2º do art. 2º

Justificativa: A TAP BRASIL recomenda a exclusão deste § 2º uma vez 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. A rigor nem a obra publicitária brasileira, nem a estrangeira adaptada deveriam ter que aguardar a emissão do CRT pela ANCINE, para que pudesse iniciar sua veiculação. Trata-se de uma medida antieconômica e que conspira contra a necessidade de estímulo à economia nacional. 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. Em conclusão a regra deve continuar sendo a do

Art. 2º § 1º que diz que após o requerimento do CRT a obra pode ser comunicada publicamente, sem qualquer distinção.

Autor: CARLOS EDUARDO DE ALKIMIM

Ocupação: DIRETOR EXECUTIVO – ABPTA

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA

3.11 ARTIGO 2º - inclusão no artigo 4º da IN 95

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)

3.11.1) Sugestão:

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.

Justificativa: A TAP BRASIL recomenda a exclusão da parte final do 3º do art. 4º, já 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. Considerando-se que o anunciante é o maior interessado na obra publicitária final, e que a ANCINE já autoriza, por meio deste artigo, a utilização de conteúdos não produzidos por empresa produtora brasileira, caso o anunciante possua conteúdos para elaboração de seu anúncio, não há qualquer empecilho em autorizar tal utilização. Tendo em vista que a fatia do mercado publicitário que poderá se beneficiar de tal utilização já está delimitada (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), não há justificativa para delimitar também o cedente do material a ser usado na publicidade.

Autor: CARLOS EDUARDO DE ALKIMIM

Ocupação: DIRETOR EXECUTIVO – ABPTA

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA

3.12 ARTIGO 2º - inclusão no artigo 7º da IN 95

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)

3.12.1) Sugestão:

Sugere-se a exclusão dos §§4º e 5º do art. 7º.

Justificativa: De acordo com a MP nº 2.228-1/2001, obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira filmada no exterior é aquela, realizada no exterior, produzida por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, 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. Nota-se que a definição acima 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. Portanto, sendo a MP nº 2.228-1/2001 norma hierarquicamente superior à Instrução Normativa, não pode esta última contrariar ou inovar em relação ao ordenamento jurídico, devendo ater-se, tão somente, a regular e/ou esclarecer os entendimentos exarados nas normas superiores. De forma a corroborar com o entendimento acima, destaca-se a redação da MP nº 2.228-1/2001 ao tratar das competências da ANCINE em seu art. 7º, não faz qualquer referência à atualização ou regulamentação das atividades publicitárias, tal qual o faz com as atividades de fomento, por exemplo. Fato este que só corrobora o entendimento de que, havendo lei expressa sobre a classificação das obras audiovisuais publicitárias e sendo esta considerada como norma primária diante de uma instrução normativa, não pode a ANCINE utilizar norma diversa como base legal, sob pena de afronta ao princípio da legalidade adotado no âmbito da Administração Pública que determina que esta só pode fazer aquilo que a lei determina.

Autor: THAÍS ORNELLAS GOMES CANDIDO

Ocupação: ADVOGADA

Empresa: CESNIK QUINTINO E SALINAS

3.12.2) Sugestão:

Exclusão integral dos §§ 4º e 5º.

Justificativa: Seguindo orientação, a retirada de tais dispositivos se orienta no sentido de garantir maior eficácia e competitividade da indústria audiovisual publicitária nacional diante seus inúmeros concorrentes. A proposta de tais dispositivos não corresponde com eficácia o propósito de incentivo e fomento da indústria audiovisual nacional a que se pretende.

Autor: SONIA REGINA PIASSA

Ocupação: PUBLICITÁRIA

Empresa: APRO

3.12.3) Sugestão:

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, produtor executivo e operador de câmera. Exclusão do §5º

Justificativa: A TAP BRASIL sugere a exclusão das pessoas apontadas no §4º, pois tais requisitos burocratizam e dificultam a produção da obra publicitária brasileira filmada no exterior. Com relação ao §5º, a TAP BRASIL sugere sua exclusão, pois 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. Assim, tendo em vista tal limitação fática ocasionada pela norma, requer-se a exclusão de tal dispositivo.

Autor: CARLOS EDUARDO DE ALKIMIM

Ocupação: DIRETOR EXECUTIVO – ABPTA

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA

3.12.4) Sugestão:

Exclusão

Justificativa: De acordo com a MP nº 2.228-1/2001, obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira filmada no exterior é aquela, realizada no exterior, produzida por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, 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. Nota-se que a definição acima 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. Portanto, sendo a MP nº 2.228-1/2001 norma hierarquicamente superior à Instrução Normativa, não pode esta última contrariar ou inovar em relação ao ordenamento jurídico, devendo ater-se, tão somente, a regular e/ou esclarecer os entendimentos exarados nas normas superiores. De forma a corroborar com o entendimento acima, destaca-se a redação da MP nº 2.228-1/2001 ao tratar das competências da ANCINE em seu art. 7º, não faz qualquer referência à atualização ou regulamentação das atividades publicitárias, tal qual o faz com as atividades de fomento, por exemplo. Fato este que só corrobora o entendimento de que, havendo lei expressa sobre a classificação das obras audiovisuais publicitárias e sendo esta considerada como norma primária diante de uma instrução normativa, não

pode a ANCINE utilizar norma diversa como base legal, sob pena de afronta ao princípio da legalidade adotado no âmbito da Administração Pública que determina que esta só pode fazer aquilo que a lei determina.

Autor: NADJA SASSON

Ocupação: GERENTE

Empresa: ABA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES

3.12.5) Sugestão:

Exclusão integral dos §4º e §5º, do art. 7º.

Justificativa: Seguindo orientação, a retirada de tais dispositivos se orienta no sentido de garantir maior eficácia e competitividade da indústria audiovisual publicitária nacional diante seus inúmeros concorrentes. A proposta de tais dispositivos não corresponde com eficácia o propósito de incentivo e fomento da indústria audiovisual nacional a que se pretende.

Autor: MATEUS BASSO

Ocupação: COORDENADOR JURÍDICO

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA PRODUÇÃO DE OBRAS AUDIOVISUAIS

3.13 ARTIGO 2º - inclusão no artigo 24 da IN 95

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

(...)

“Art.24.....

§2º

V – Publicidade audiovisual na Internet. ” (NR)

3.13.1) Sugestão:

O IAB Brasil recomenda expressamente a exclusão dos incisos e parágrafos propostos em Consulta Pública acima mencionados, pelos motivos abaixo expostos.

Justificativa: Essa proposta tem por objetivo o reconhecimento da “Internet” como um segmento de mercado para fins da Instrução Normativa 95 da ANCINE, atraindo, portanto, a incidência da necessidade de registro de título (CRT) prévio à veiculação, bem como o recolhimento da CONDECINE aplicável, para peças publicitárias veiculadas na Internet. O IAB Brasil recomenda expressamente a exclusão dos incisos e parágrafos propostos em Consulta Pública acima mencionados, pelos motivos abaixo expostos: 1. Especificamente em relação à matéria tributária, o princípio constitucional da legalidade tem características rigorosas. A tributação somente pode ser considerada válida se verificado o caso específico previsto em lei, visto que “é vedado à União, aos Estados e Distrito Federal e aos Municípios exigir ou aumentar tributo sem lei que o estabeleça”. 2. A remissão genérica da MP 2.228-1/01 a “outros mercados” não tem o

condão de conferir à ANCINE a competência de criar novas hipóteses de incidência para a CONDECINE. Em não havendo uma modificação legislativa e uma clara definição através de lei (e não de Instruções Normativas) de quais seriam tais outros mercados, as autoridades fiscais encontram-se impedidas de efetuar cobranças de CONDECINE sobre a divulgação de obras em mercados que não estejam expressamente definidos na MP 2228/01 (a exemplo de publicidade audiovisual na internet). 3. Uma interpretação distinta implicaria delegação legislativa inconstitucional e, em última análise, afronta à separação dos poderes. Exatamente para evitar a usurpação da função legislativa, a Constituição de 1988 estabeleceu no artigo 25 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, a revogação de todos os dispositivos legais que atribuam ou deleguem a órgão do Poder Executivo competência assinalada pela Constituição ao Congresso Nacional, especialmente no que tange à ação normativa. 4. Diante disso, qualquer cobrança nesse sentido ou medida coercitiva das autoridades que tenha por objetivo a não veiculação de obras em segmentos não devidamente listados na MP 2228/01, como o de publicidade audiovisual na internet, sob o pretexto de estarem incluídos na categoria outros mercados por Instrução Normativa, podem, na nossa avaliação, ser combatidas no Poder Judiciário. 5. Acrescenta-se, ainda, o problema de se vincular a criação deste novo segmento de mercado a conceito tão amplo como o de internet, que é mutável. Sem delimitar a atividade que procura atingir (por exemplo, publicidade via streaming ou aquela veiculada em portais de notícia, etc.), a ANCINE outorga a si mesma uma competência ilimitada para a cobrança da contribuição, com alcance para uma infinidade de aplicações, incluindo tecnologias e modelos de negócio futuros, sem qualquer previsibilidade e em completa violação aos princípios da legalidade e segurança jurídica.

6. Note-se que a internet não se confunde com outros segmentos como radiodifusão e serviço de acesso condicionado sobre os quais incide a CONDECINE. Trata-se de um Serviço de Valor Adicionado, atividade econômica não sujeita a qualquer regime de autorização ou concessão. Diferentemente do serviço de radiodifusão e de alguns serviços de telecomunicações que dependem da utilização de um bem público escasso e finito - o espectro eletromagnético -, alocado pelo Estado a um número limitado de prestadores, a internet não é serviço titularizado pelo Estado, não ocupa qualquer recurso público escasso e também não se sujeita a um regime jurídico de licenciamento. Logo, a oferta de conteúdo nesse meio de comunicação é feita livremente por uma infinidade de redes e agentes localizados no Brasil ou mesmo no exterior, o que suscita ao menos uma dúvida quanto ao efeito prático de se utilizar um conceito tão amplo como o de internet para este novo segmento de mercado audiovisual. 7. Não se pode ignorar, além disso, que a admissão de conceito tão amplo gera problemas de segurança jurídica, isonomia e capacidade contributiva. Isso porque na internet, conforme destacado acima, atuam uma miríade de agentes, dos mais diversos portes (desde blogueiros principiantes até grandes portais consolidados) e a incidência da contribuição sobre qualquer tipo de conteúdo audiovisual publicitário veiculado na internet, tal qual regulamentado pela ANCINE, ignoraria as inúmeras peculiaridades existentes entre estes players, com efeitos deletérios à competição e à inovação no mercado. Não há identificação precisa das situações sujeitas à tributação, tampouco qualquer ponderação quanto à capacidade contributiva dos agentes. 8. Vale recordar também, que vige no Brasil o princípio da anterioridade tributária. Ainda que fosse possível a criação de nova tributação por meio de uma Instrução Normativa - o que obviamente se assume apenas para argumentar -, haveria que se respeitar o princípio da anterioridade tributária de maneira que apenas no próximo ano fiscal poderia se cogitar da entrada em vigor da alteração, e não em 30 dias contados da edição da Instrução Normativa. 9. Desse modo, a instrução normativa é ilegal não só

do ponto de vista formal, mas também material, por abordar a questão de maneira totalmente desproporcional. Conclusão Agradecemos pela oportunidade de apresentar nossas contribuições à consulta pública da ANCINE, esperando ter demonstrado o grave equívoco que representaria pretender incluir a "Internet" como um segmento de mercado para fins da Instrução Normativa 95 da ANCINE, atraindo, portanto, a incidência da necessidade de registro de título (CRT) prévio à veiculação, bem como o recolhimento da CONDECINE aplicável, para peças publicitárias veiculadas na Internet, recomendando expressamente que os incisos e parágrafos propostos em Consulta Pública a respeito sejam expressamente excluídos. Permanecemos à inteira disposição da ANCINE para colaborar em tudo que esteja ao nosso alcance, visando à plena realização dos objetivos que orientam o uso da Internet no Brasil. Atenciosamente, André Izay Presidente do IAB Brasil Marcel Leonardi Presidente do Comitê de Assuntos Jurídicos do IAB Brasil

Autor: MARCEL LEONARDI

Ocupação: ADVOGADO

Empresa: GOOGLE

3.13.2) Sugestão:

Exclusão

Justificativa: A TAP BRASIL entende que 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. Além disso, a TAP BRASIL recomenda a exclusão do §2º V, conforme o comentário feito acima em relação à proposta de redação do Art.1º XXVIII-A desta Consulta Pública. A TAP BRASIL reitera que a criação de um novo segmento de mercado exige uma lei específica, em particular quando se trata de internet, que é regulada pelo Marco Civil da Internet (MCI) " [Lei nº. 12.965, de 23 de abril de 2014]. A incidência de regulação sobre as atividades na Internet, notadamente por meio de uma Agência Federal, importa em violação aos artigos 2º, 3º e 4º do MCI. Além disso, ao regular a veiculação de publicidade internet acaba gerando o efeito da incidência da CONDECINE sobre mensagens publicitárias, tratandose, portanto de norma legal com efeitos tributários. O princípio da legalidade tributária é violado pela ausência de lei que preveja a incidência de tributação sobre a veiculação de conteúdo audiovisual publicitário na internet. Como define o CTN (art. 96) [Lei 5.172/1966] a expressão "legislação tributária" compreende as leis, os tratados e as convenções internacionais, os decretos e as normas complementares que versem, no todo ou em parte, sobre tributos e relações jurídicas a eles pertinentes. Assim, a definição de internet como segmento de mercado se trata de fato de uma legislação tributária. É vedado se instituir ou majorar tributos sem que a lei assim determine (art. 9º, I do CTN). Além disso, o art. 97 do CTN determina que somente a lei pode estabelecer instituição de tributos, bem como seu fato gerador e fixação de alíquotas. De outro lado, o conteúdo das normas tributárias infra legais restringe-se aos das leis (art. 99 do CTN), não havendo lei que autorize a criação de tributação sobre internet. Em conclusão a TAP BRASIL recomenda, como contribuição, que não seja inserida a "internet" como definição de segmento de mercado, por meio de uma instrução normativa da ANCINE, devendo o tema ser reservado à iniciativa e avaliação do Congresso Nacional, que tem competência exclusiva para a expedição de uma norma tributária. Além da questão da legalidade, a TAP BRASIL entende que a instituição pela ANCINE da "internet" como segmento de mercado, viola os princípios previstos no MCI.

Autor: CARLOS EDUARDO DE ALKIMIM

Ocupação: DIRETOR EXECUTIVO – ABPTA

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA

3.13.3) Sugestão:

Não é demais lembrar que a ANCINE, agência reguladora federal, encontra-se submetida à observância dos princípios regeadoras da atuação da Administração Pública, dentre eles o da legalidade. O princípio da legalidade requer da Administração Pública uma atuação conforme a lei, fazendo somente aquilo que a lei lhe autoriza. Na lei encontram-se os limites ao exercício das competências conferidas à ANCINE pelo artigo 7º da MP nº 2228-1. Com efeito, no exercício da sua competência normativa, a ANCINE deve obediência ao princípio da legalidade. Conforme Maria Sylvia Zanella Di Pietro, as agências reguladoras só podem baixar normas para (a) regular a própria atividade de agência por meio de normas de efeitos internos; (b) conceituar, interpretar, explicitar conceitos jurídicos indeterminados contidos em lei, sem inovar na ordem jurídica. Essa segunda função explica-se pela natureza técnica e especializada das agências. (Direito administrativo. 25. ed. São Paulo: Atlas, 2012. 932 p, p.504). Nesse passo, sendo defeso à ANCINE, no exercício de sua competência normativa, inovar na ordem jurídica criando nova hipótese de incidência da CONDECINE, nos termos expostos no campo Justificativa, a ABRANET discorda da criação de segmento de mercado Publicidade Audiovisual na Internet, sugerindo à ANCINE que não inclua os seguintes dispositivos na Instrução Normativa nº 95/2011: inciso XXVIII-A e §4º no artigo 1º, e inciso V no §2º do artigo 24. É imperativo destacar que a Internet constitui ambiente que, na esteira da Constituição Federal de 1988, artigo 170, funciona sob a égide da livre iniciativa e da livre concorrência, não sujeita a regulação da ANCINE. Desta forma, qualquer intervenção desse ente regulador deve passar por ampla discussão legislativa, nas bases democráticas e jurídicas que embasam as intervenções do estado no domínio econômico.

Justificativa: A ABRANET, fundada em 1996 com objetivo de congregar os provedores de Internet e atuar em defesa da Internet, saúda a iniciativa da ANCINE de promover o debate público das alterações normativas pretendidas e apresenta a seguir seus comentários e sugestões. A consulta pública é um importante instrumento para viabilizar uma sociedade ativa e participativa. No entanto, considerando que a presente Consulta Pública endereça questões de grande importância à sociedade, o curto prazo de 30 dias para submissão de comentários obstou o amplo debate a respeito das questões em pauta. Assim, tendo em vista que o curto prazo de 30 dias impediu sua plena e ampla participação, a ABRANET centrará sua manifestação no tema central em discussão, apresentando um único comentário a respeito da criação do novo segmento de mercado audiovisual - Publicidade Audiovisual na Internet. A ANCINE pretende criar o novo segmento de mercado de Publicidade Audiovisual na Internet mediante a inclusão de novos dispositivos na Instrução Normativa nº 95/2011. Este novo segmento de mercado será inserido dentro da categoria "Outros Mercados" prevista no artigo 24, §2º da Instrução Normativa nº 95/2011. Referido artigo 24 trata da incidência da CONDECINE por título de obra audiovisual publicitária para cada segmento de mercado audiovisual ali indicado, de modo que a criação da Publicidade Audiovisual na Internet como um novo segmento de mercado tem como consequência principal a incidência da contribuição sobre os títulos de obras audiovisuais publicitárias veiculadas na Internet. Com efeito, a ANCINE pretende criar, via instrução normativa, uma nova hipótese de incidência da CONDECINE - proceder que não encontra guarida no ordenamento jurídico. Em matéria tributária é mandatória

observância dos princípios da reserva legal e da tipicidade, segundo os quais apenas lei em sentido estrito pode, de forma taxativa, criar tributo ou hipótese de incidência de tributo. Além de criar um dado tributo, a lei deve exaurir os aspectos atinentes ao fato gerador deste tributo e definir de modo taxativo e completo os tipos tributáveis, sendo defeso fazê-lo via decreto ou qualquer outro ato normativo infralegal. A CONDECINE, sendo um tributo, foi criada pela MP nº 2228-1 cujo artigo 33 estabelece os segmentos de mercado para os quais são destinadas as obras audiovisuais sujeitas à incidência da contribuição. O Anexo I da MP nº 2228-1 lista os segmentos de mercado inseridos na categoria Outros Mercados de que trata o artigo 33, I *in fine*. Nos termos da lei (cf. artigo 33, II), as obras publicitárias cinematográficas ou videofonográficas estão sujeitas à CONDECINE por cada segmento de mercado listado nas alíneas do inciso I do artigo 33 e, particularmente em relação ao segmento de mercado de que trata a alínea *in fine* (Outros Mercados), as hipóteses estão taxativamente referidas no Anexo I. A referência genérica a Outros Mercados não confere à ANCINE a competência para inovar, i.e. criar novas hipóteses de incidência da contribuição. E mais, esse também não poderia ser o caso tendo em vista que o próprio Anexo I, quando especifica os *outros mercados* *in fine* excetua a hipótese de incidência do Condecine sobre obras publicitárias nestes mercados por eles listados. Como visto, o princípio da tipicidade tributária requer a previsão legal - repete-se, lei em sentido estrito - de todos os aspectos atinentes ao fato gerador da CONDECINE. E por se tratar da matéria tributária, qualquer novo segmento de mercado audiovisual que se pretenda inserir na categoria Outros Mercados, de que trata o artigo 33, I *in fine* da MP nº 2228-1, depende de lei. A criação de novo segmento de mercado audiovisual por meio de ato infralegal, tal como instrução normativa da ANCINE, fere os princípios da reserva legal e da tipicidade.

Autor: CAROL ELIZABETH CONWAY

Ocupação: DIRETORA

Empresa: ABRANET - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE INTERNET

3.13.4) Sugestão:

Revogar inciso V do § 2º do Art. 24.

Justificativa: A Brasscom sugere a manutenção do texto em vigor para o art. 24 da IN 95/11, ou seja, a não inclusão do inciso V ao mencionado dispositivo que cria nova hipótese de incidência da Condecine ao inserir dentre os segmentos de mercado a “Publicidade Audiovisual na Internet”. A dicção do art. 149 da Constituição Federal de 1988 estabelece ser de competência exclusiva da União a instituição de contribuições sociais e de intervenção no domínio econômico. A expressa referência feita pelo art. 146, III, aos impostos discriminados na Constituição Federal permite concluir que para as contribuições sociais de intervenção no domínio econômico, os respectivos fatos geradores, bases de cálculo e contribuintes devem vir expressamente definidos por meio de lei ordinária de iniciativa exclusiva da União. Desta forma, verifica-se que a presente iniciativa da Ancine, ao criar nova hipótese de incidência por intermédio de via infralegal, atenta contra o sistema de distribuição de competências conformado no texto da Constituição Federal de 1988. Tanto é que o texto da Medida Provisória nº 2228-1/01, que criou a Ancine e instituiu a Condecine, foi incorporado ao nosso ordenamento jurídico com status de lei ordinária.

Ademais, a criação de nova hipótese de incidência de impostos, taxas e contribuições pela via infralegal atenta contra a ordem tributária constitucional que expressamente veda a exigência ou aumento de tributo sem lei anterior que o estabeleça, conforme

leitura depreendida do art. 150, inciso I da Constituição Federal de 1988. O princípio da legalidade estrita em matéria tributária impõe limites ao poder de tributar do Estado. Desta forma, tanto o fato gerador, a alíquota, sua base de cálculo e a delimitação do sujeito passivo da relação tributária devem vir devidamente plasmadas em texto legal (Art. 97, CTN e ss.). O princípio da legalidade deve ser interpretado de forma restrita e sob a hermenêutica do sistema tributário constitucional.

A Condecine, espécie de CIDE, possui como fato gerador **(i)** a veiculação, a produção, o licenciamento e a distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas com fins comerciais, por segmento de mercado a que forem destinadas; **(ii)** a 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; **(iii)** a veiculação ou distribuição de obra audiovisual publicitária incluída em programação internacional, nos casos em que existir participação direta de agência de publicidade nacional, sendo tributada nos mesmos valores atribuídos quando da veiculação incluída em programação nacional, bem como o pagamento, o crédito, o emprego, a remessa ou a entrega, aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, de importâncias relativas a rendimento decorrente da exploração de obras cinematográficas e videofonográficas ou por sua aquisição ou importação, a preço fixo.

O legislador, ao editar a citada Medida Provisória, determinou expressamente que os segmentos de mercado tributados são: (a) salas de exibição; (b) vídeo doméstico, em qualquer suporte; (c) serviço de radiodifusão de sons e imagens; (d) serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura; e (e) outros mercados. Quanto à conceituação de “Outros Mercados”, a MP é omissa o que torna impossível a cobrança e exigibilidade da contribuição quanto a este segmento, diante da lacuna normativa. Em sede de matéria tributária, não pode a autoridade preencher lacunas na legislação utilizando-se de analogia quando esta acarretar exigência de exação inexistente no texto legal (CTN, art. 108, § 1º) (CTN: “Art. 108. Na ausência de disposição expressa, a autoridade competente para aplicar a legislação

tributária utilizará sucessivamente, na ordem indicada:

I- a analogia (...). § 1º O emprego da analogia não poderá resultar na exigência de tributo não previsto

em lei.”) A inclusão de novos segmentos de mercado é a exemplo da Internet é só pode ocorrer mediante alteração legislativa, especificamente: alteração à medida provisória mencionada, algo que não ocorreu. A inclusão de novos fatos geradores e/ou hipóteses de incidência tributária para a Condecine é matéria privativa de lei federal, sendo que o uso de portarias, decretos, instruções normativas, dentre outros instrumentos, por parte do Poder Executivo (ou suas autarquias) configura ilegalidade perante o sistema tributário constitucional. O papel das autoridades é conferir eficácia dentro das latitudes legalmente estabelecidas por meio de sua atribuição reguladora, não lhe sendo possível criar tributos, alargar bases de cálculo ou ampliar hipóteses de incidência tributária, como é o caso. A ilegalidade decorrente da ampliação da hipótese de incidência neste caso é clara. Pretende esta Agência, ao inserir o inciso V ao art. 24 da IN no 95/2011, proceder à inclusão da Publicidade Audiovisual na Internet dentre as hipóteses de incidência da Condecine, no entanto, sem a respectiva base legal (lei em sentido estrito) que estabeleça justifique a citada incidência. Assim, a Instrução Normativa não é o instrumento adequado para que seja inserido o segmento de internet no campo de incidência da Condecine. É necessária a edição de uma lei que conceitue o segmento relativo a “Outros Mercados” e estabeleça sua subsunção à hipótese tributária. Do contrário, não poderá ela ser exigida das empresas que atuam no setor. O Superior Tribunal de Justiça já se manifestou sobre a natureza complementar e regulamentadora das Instruções Normativas ao decidir que “somente

é possível a alteração, aumento ou fixação de alíquota tributária por meio de lei, sendo inviável a utilização de ato infralegal par este fim, sob pena de violação do princípio da legalidade tributária (AgRg no REsp 1310284/PR, Rel. Ministro Humberto Martins, Segunda Turma, julgado em 06/09/2012, DJe 17/09/2012). Neste mesmo sentido, a corte expressou entendimento de que os atos normativos infralegais, como as instruções normativas, não podem inovar no ordenamento jurídico, impondo restrições que a Lei federal não previu ou autorizou, devendo manter-se subordinadas ao texto legal (AgRg no REsp 1230633/RN, Relator Ministro HAMILTON CARVALHIDO, DJe 29/03/2011). Desta forma, o STJ consolidou entendimento de que afronta o princípio da legalidade estrita a criação, por instrução administrativo, de obrigação tributária que amplie a ordem jurídica originária do Poder Competente (REsp 83.150/RS, Rel. Ministro Milton Luiz Pereira, Primeira Turma, julgado em 06/05/1996, DJ 10/06/1996, p. 20287). O administrador público extrapola seus limites da regulação ao, mediante ato administrativo, conceder direitos, estabelecer obrigações ou impor proibições aos cidadãos. Ademais, verifica-se, igualmente, flagrante ilegalidade na atribuição por parte do Poder Executivo dos valores a serem cobrados, sendo que em respeito ao princípio da reserva legal o administrador público deve obedecer aos valores incluídos na tabela constante do Anexo I da Medida Provisória mencionada. Não há que se falar, assim, em caráter de extrafiscalidade para a CIDE em comento. Propomos, neste sentido, a exclusão do proposto inciso V ao § 2º do art. 24 da IN 95/11, a bem da ordem tributária constitucional.

Autor: DANIEL STIVELBERG

Ocupação: GERENTE DE RELAÇÕES GOVERNAMENTAIS E INSTITUCIONAIS DA BRASSCOM

Empresa: BRASSCOM - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

3.13.5) Sugestão:

Sugere-se a exclusão do inciso V do §2º do art. 24.

Justificativa: De acordo com o Marco Civil da Internet, entende-se como "internet" o sistema constituído do conjunto de protocolos lógicos, estruturado em escala mundial para uso público e irrestrito, com a finalidade de possibilitar a comunicação de dados entre terminais por meio de diferentes redes. A partir dessa definição e da amplitude deste segmento de mercado, fica claro que deve ser realizado uma Análise de Impacto Regulatória prévia a sua inclusão na IN 95, de forma a avaliar a pertinência ou não desta sugestão, bem como delimitar o escopo de atuação da ANCINE diante da pluralidade de plataformas e formatos envolvidos. Além disso, é notório que o procedimento adotado não deve ser o mesmo para os segmentos de mercado de televisão aberta e paga, pois há um dinamismo maior nas ações publicitárias realizadas na internet que será prejudicado com a obrigatoriedade do recolhimento prévio da CONDECINE. Sugere-se, portanto, a exclusão da redação proposta e recomenda-se a realização de maiores estudos, com a participação do mercado, sobre o segmento de mercado de internet.

Autor: THAÍS ORNELLAS GOMES CANDIDO

Ocupação: ADVOGADA

Empresa: CESNIK QUINTINO E SALINAS

3.13.6) Sugestão: Exclusão do dispositivo.

Justificativa: De acordo com o Marco Civil da Internet, entende-se como "internet" o sistema constituído do conjunto de protocolos lógicos, estruturado em escala mundial para uso público e irrestrito, com a finalidade de possibilitar a comunicação de dados entre terminais por meio de diferentes redes. A partir dessa definição e da amplitude deste segmento de mercado, fica claro que deve ser realizado uma Análise de Impacto Regulatória prévia a sua inclusão na IN 95, de forma a avaliar a pertinência ou não desta sugestão, bem como delimitar o escopo de atuação da ANCINE diante da pluralidade de plataformas e formatos envolvidos. Além disso, é notório que o procedimento adotado não deve ser o mesmo para os segmentos de mercado de televisão aberta e paga, pois há um dinamismo maior nas ações publicitárias realizadas na internet que será prejudicado com a obrigatoriedade do recolhimento prévio da CONDECINE. Sugere-se, portanto, a exclusão da redação proposta e recomenda-se a realização de maiores estudos, com a participação do mercado, sobre o segmento de mercado de internet.

Autor: NADJA SASSON

Ocupação: GERENTE

Empresa: ABA - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ANUNCIANTES

3.14 ARTIGO 3º - inclusão do anexo na IN 95

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

3.14.1) Sugestão:

Sugere-se a exclusão do Anexo III.

Justificativa: De acordo com a MP nº 2.228-1/2001, obra cinematográfica ou videofonográfica publicitária brasileira filmada no exterior é aquela, realizada no exterior, produzida por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE, 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. Nota-se que a definição acima 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. Portanto, sendo a MP nº 2.228-1/2001 norma hierarquicamente superior à Instrução Normativa, não pode esta última contrariar ou inovar em relação ao ordenamento jurídico, devendo ater-se, tão somente, a regular e/ou esclarecer os entendimentos exarados nas normas superiores. De forma a corroborar com o entendimento acima, destaca-se a redação da MP nº 2.228-1/2001

ao tratar das competências da ANCINE em seu art. 7º, não faz qualquer referência à atualização ou regulamentação das atividades publicitárias, tal qual o faz com as atividades de fomento, por exemplo. Fato este que só corrobora o entendimento de que, havendo lei expressa sobre a classificação das obras audiovisuais publicitárias e sendo esta considerada como norma primária diante de uma instrução normativa, não pode a ANCINE utilizar norma diversa como base legal, sob pena de afronta ao princípio da legalidade adotado no âmbito da Administração Pública que determina que esta só pode fazer aquilo que a lei determina. Além disso, ao aumentar as obrigações impostas às obras audiovisuais publicitárias brasileiras gravadas ou filmadas no exterior, a ANCINE acabar por gerar o aumento da burocracia e estabelecer entraves limitadores a este tipo de operação, que em alguns casos, já é onerosa para as produtoras de obras publicitárias. A inclusão da declaração assinada pelo diretor e pela empresa produtora, contendo a listagem de todos os profissionais envolvidos na obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no exterior, pode ser substituída por uma declaração da empresa produtora de que os requisitos estão sendo atendidos, principalmente a participação de 1/3 (um terço) de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de 5 (cinco) anos, como já ocorre. É importante destacar, também, que diante do dinamismo do mercado publicitário, quanto mais informações e documentos forem solicitados e aumentando o tempo de análise pela Agência e mais entraves serão criados para a exibição de tais obras.

Autor: THAÍS ORNELAS GOMES CANDIDO

Ocupação: ADVOGADA

Empresa: CESNIK QUINTINO E SALINAS

3.15 ARTIGO 4º alteração do artigo 21 da IN 105

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)

3.15.1) Sugestão:

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.

Justificativa: A TAP BRASIL entende que valores 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. As contribuições da TAP BRASIL em face dessa consulta podem eventualmente não exaurir todos os temas que a entidade e/ou seus associados tenham a comentar em

relação ao seu texto. Outrossim a manifestação ou omissão a qualquer desses temas não implica em aceitação, concordância ou renúncia de nenhum direito por parte da TAP BRASIL e/ou seus associados quanto ao conteúdo da Resolução que vier a ser editada, e, em particular, quanto aos seus efeitos. Sem mais pelo momento, a TAP BRASIL permanecerá à sua disposição para os esclarecimentos adicionais que se façam oportunos, inclusive para reuniões sobre os assuntos acima expostos, se assim V.Sa. entender necessário, agradecendo antecipadamente atenção dispensada ao assunto de extrema importância para o mercado dos serviços de acesso condicionado.

Autor: CARLOS EDUARDO DE ALKIMIM

Ocupação: DIRETOR EXECUTIVO – ABPTA

Empresa: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROGRAMADORES DE TELEVISÃO POR ASSINATURA

3.16 ARTIGO 7º

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

3.16.1) Sugestão:

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 estrará em vigor 90 (noventa) dias após sua publicação.

Justificativa: Caso não seja acatada a sugestão anterior e seja inserido o inciso V, ao art. 24 da IN nº. 95/2016, 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 çbç e çcç 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. Considerando-se que, provavelmente, quando da publicação das alterações propostas por esta Agência, submetidas à presente Consulta Pública, restarão menos de noventa dias para o término do exercício financeiro de 2016, sugere-se a redação ao lado.

Autor: LEONARDO AUGUSTO FURTADO PALHARES

Ocupação: PRESIDENTE

Empresa: CAMARA BRASILEIRA DE COMERCIO ELETRONICO

3.16.2) Sugestão:

"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."

Justificativa: O Art. 150, III, *§1º*, positiva o princípio da anterioridade ano-calendário que veda o surgimento de um novo tributo ou da elevação da onerosidade de um tributo já existente, no mesmo exercício financeiro *é* que, no Brasil, subentende-se coincidir com o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de um dado ano *é* no qual uma nova lei tributária é introduzida no ordenamento jurídico. O Art. 150, III, *§2º*, positiva o princípio da anterioridade nonagesimal que veda o surgimento de um novo tributo ou da elevação da onerosidade de um tributo já existente antes de decorridos 90 dias da data de sua publicação. 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), assegurando-se o interregno de 90 dias entre a publicação e a plena eficácia da norma. As alterações propostas por essa Ancine devem provavelmente ser publicadas em período inferior a noventa dias para o término do exercício financeiro de 2016, razão pela qual sugerimos a alteração do art. 7º do documento submetido à consulta. Conclusões A Constituição Federal de 1988 estabelece ser de competência exclusiva da União a edição de projeto de lei ordinária para a instituição de contribuições sociais de intervenção no domínio econômico, seus respectivos fatos geradores, bases de cálculo e contribuintes. Desta forma, consoante sua iniciativa preconizada no texto constitucional foi editada a Medida Provisória no 2228- 1/01, que criou a Ancine e instituiu a Condecine, e foi incorporada ao nosso ordenamento jurídico com status de lei ordinária. Neste sentido, a Ancine não possui competência para editar norma infralegal instituindo fato gerador (hipótese de incidência) cuja iniciativa compete à União. Tal providência somente poderia ser adequadamente endereçada, sem consubstanciar-se em vício de iniciativa, por meio do respectivo projeto de lei ordinária de autoria da União. Ademais, a instituição de nova hipótese de incidência para a Condecine, como ocorre no caso em tela, somente pode ocorrer mediante proposta de alteração na legislação, haja vista os direitos e garantias conferidos aos contribuintes os quais somente estarão vinculados a uma obrigação tributária caso venha essa estabelecida em lei, nos termos do que estabelece o princípio da legalidade estrita. Não pode, assim, essa entidade criar nova hipótese de incidência por mero ato infralegal, o qual, conforme ressaltado acima, sequer foi objeto de discussão com o setor regulado. Dentro dessa perspectiva, a edição de lei com a nova hipótese de incidência deve, a bem do princípio da anterioridade, respeitar o prazo nonagesimal preconizado na lei, sob pena de vilipêndio dos direitos e garantias conferidos pelo constituinte originário aos contribuintes. A Brasscom reitera sua defesa de uma Internet livre, aberta e plural, facilitadora da inclusão social pelo empreendedorismo, celeiro de novos modelos de negócios, e dinamismo de crescimento econômico. Neste sentido, colocamo-nos a disposição dessa Ancine para aprofundar os elementos aqui consolidados, sem prejuízo de outros que possam surgir no debate.

Autor: DANIEL STIVELBERG

Ocupação: GERENTE DE RELAÇÕES GOVERNAMENTAIS E INSTITUCIONAIS DA BRASSCOM

Empresa: BRASSCOM - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

3.16.3) Sugestão:

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 estrará em vigor 90 (noventa) dias após sua publicação.

Justificativa: Caso não seja acatada a sugestão anterior e seja inserido o inciso V, ao art. 24 da IN nº. 95/2016, 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. Considerando-se que, provavelmente, quando da publicação das alterações propostas por esta Agência, submetidas à presente Consulta Pública, restarão menos de noventa dias para o término do exercício financeiro de 2016, sugere-se a redação ao lado.

Autor: LEONARDO AUGUSTO FURTADO PALHARES

Ocupação: PRESIDENTE

Empresa: CAMARA BRASILEIRA DE COMERCIO ELETRONICO

3.16.4) Sugestão:

"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."

Justificativa:

O Art. 150, III, b, positiva o princípio da anterioridade ano-calendário que veda o surgimento de um novo tributo ou da elevação da onerosidade de um tributo já existente, no mesmo exercício financeiro e que, no Brasil, subentende-se coincidir com o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de um dado ano e no qual uma nova lei tributária é introduzida no ordenamento jurídico. O Art. 150, III, c, positiva o princípio da anterioridade nonagesimal que veda o surgimento de um novo tributo ou da elevação da onerosidade de um tributo já existente antes de decorridos 90 dias da data de sua publicação. 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), assegurando-se o interregno de 90 dias entre a publicação e a plena eficácia da norma. As alterações propostas por essa Ancine devem provavelmente ser publicadas em período inferior a noventa dias para o término do exercício financeiro de 2016, razão pela qual sugerimos a alteração do art. 7º do documento submetido à consulta. Conclusões A Constituição Federal de 1988 estabelece ser de competência exclusiva da União a edição de projeto de lei ordinária

para a instituição de contribuições sociais de intervenção no domínio econômico, seus respectivos fatos geradores, bases de cálculo e contribuintes. Desta forma, consoante sua iniciativa preconizada no texto constitucional foi editada a Medida Provisória no 2228- 1/01, que criou a Ancine e instituiu a Condecine, e foi incorporada ao nosso ordenamento jurídico com status de lei ordinária. Neste sentido, a Ancine não possui competência para editar norma infralegal instituindo fato gerador (hipótese de incidência) cuja iniciativa compete à União. Tal providência somente poderia ser adequadamente endereçada, sem consubstanciar-se em vício de iniciativa, por meio do respectivo projeto de lei ordinária de autoria da União. Ademais, a instituição de nova hipótese de incidência para a Condecine, como ocorre no caso em tela, somente pode ocorrer mediante proposta de alteração na legislação, haja vista os direitos e garantias conferidos aos contribuintes os quais somente estarão vinculados a uma obrigação tributária caso venha essa estabelecida em lei, nos termos do que estabelece o princípio da legalidade estrita. Não pode, assim, essa entidade criar nova hipótese de incidência por mero ato infralegal, o qual, conforme ressaltado acima, sequer foi objeto de discussão com o setor regulado. Dentro dessa perspectiva, a edição de lei com a nova hipótese de incidência deve, a bem do princípio da anterioridade, respeitar o prazo nonagesimal preconizado na lei, sob pena de vilipêndio dos direitos e garantias conferidos pelo constituinte originário aos contribuintes. A Brasscom reitera sua defesa de uma Internet livre, aberta e plural, facilitadora da inclusão social pelo empreendedorismo, celeiro de novos modelos de negócios, e dinamismo de crescimento econômico. Neste sentido, colocamo-nos a disposição dessa Ancine para aprofundar os elementos aqui consolidados, sem prejuízo de outros que possam surgir no debate.

Autor: DANIEL STIVELBERG

Ocupação: GERENTE DE RELAÇÕES GOVERNAMENTAIS E INSTITUCIONAIS DA BRASSCOM

Empresa: BRASSCOM - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

4. CONCLUSÃO

- 4.1** Estas foram as contribuições recebidas por meio eletrônico - sistema de Consulta Pública e E-mail da ouvidoria. As contribuições recebidas por meio físico seguem em anexo ao presente relatório.

Elaboração	Supervisão
Camila Sanson Pereira Bastos Técnica em Regulação	Edney Sanchez Ouvidor-Geral



**RELATÓRIO DE CONSOLIDAÇÃO DE
CONSULTA PÚBLICA**

Nº 01/2016

ANEXO

CONTRIBUIÇÕES PROTOCOLADAS FISICAMENTE

Consulta Pública da Minuta 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.

usiga: 01417.000663.2016-35



São Paulo, 26 de Setembro de 2016.

Agencia Nacional do Cinema – ANCINE
Avenida Graça Aranha nº 35
Centro – Rio de Janeiro – RJ
20030-002
A/C: Diretoria Colegiada

Ref.: Contribuições à Consulta Pública da Instrução Normativa proposta pela ANCINE que propõe alterações na Instrução Normativa nº 95 de 08 de dezembro de 2011 e na Instrução Normativa nº 105 de 10 de julho de 2012

1. Fundada em 1986, a ABDTIC é uma associação civil de âmbito nacional, multidisciplinar, sem fins lucrativos e sem filiação partidária, de caráter científico, técnico e pedagógico, que se dedica ao desenvolvimento e promoção do direito da tecnologia da informação e das comunicações, em especial da comunicação audiovisual, comunicação social eletrônica, economia criativa, informática, inovação, Internet, telecomunicações, tecnologia e serviços de valor adicionado, considerando as naturais interseções com outros ramos, tais como regulação, comércio, economia, consumo, propriedade intelectual e resolução de conflitos.
2. Dentre seus objetivos está promover o direito da tecnologia da informação e das comunicações, levando em conta os aspectos multidisciplinares do seu desenvolvimento e consolidação; empreender esforços visando à compatibilização do direito da tecnologia da informação e das comunicações com o desenvolvimento econômico-social, sempre com vistas à realização de uma Sociedade da Informação inclusiva, livre, justa e solidária; desenvolver atividades de pesquisa, estudos, elaboração, coleta e difusão de dados nos seus ramos de especialização; e atuar perante órgãos públicos e entidades privadas em geral para aprimoramento do desenvolvimento e exercício do direito nos seus ramos de especialização.



3. No desempenho de suas atividades, foi realizada reunião da Comissão de Estudos de Telecomunicações e Mídia, durante a qual os associados discutiram aspectos jurídicos dos temas que compõem a presente Consulta Pública. As contribuições ora apresentadas representam um resumo dos pontos que foram debatidos durante as discussões entre seus associados.
4. A ABDTIC ressalta que as opiniões e sugestões manifestadas neste trabalho não refletem as opiniões individuais dos profissionais, escritórios de advocacia ou representantes de empresas envolvidos na elaboração deste trabalho, cuja execução foi norteadas pelas discussões havidas no âmbito de reunião da Comissão de Estudos de Telecomunicações e Mídia.
5. Nesse contexto, a ABDTIC vem apresentar as contribuições que a Associação entende pertinentes ao texto disponibilizado à consulta. Tais contribuições serão apresentadas também através da plataforma colocada à disposição no site oficial desta Agência.

Comentário geral sobre a Nota Explicativa referente à Consulta Pública

6. A ANCINE, enquanto agência reguladora federal, integra a Administração Pública e, portanto, está sujeita a todos os princípios que regem a sua atuação, entre eles o da motivação. O dever de motivação dos atos administrativos implica à Administração Pública o dever de efetivamente justificar seus atos. Sobre o princípio da motivação, ensina Celso Antônio Bandeira de Mello:¹

“Dito princípio implica para a Administração o dever de justificar seus atos, apontando-lhes os fundamentos de direito e de fato, assim como a correlação lógica entre os eventos e situações que deu por existentes e a providência tomada, nos casos em que este último esclarecimento seja necessário para aferir-se a consonância da conduta administrativa com a lei que lhe serviu de arrimo. A motivação deve ser prévia ou contemporânea à edição do ato.”

7. O princípio da motivação, portanto, é imperativo e deve ser observado a todo tempo pela Administração, principalmente quando da formulação de atos que limitem ou afetem direitos dos administrados.

¹ Em *Curso de Direito Administrativo*, 25ª edição. São Paulo: Malheiros Editores, 2008, página 112.

8. Sendo assim, ao editar ato normativo no exercício de sua competência para regular o setor audiovisual, a ANCINE deve fazê-lo de forma motivada, declinando as razões de fato e de direito em que se fundamenta a nova regulamentação pretendida. Com efeito, quando da divulgação da presente Consulta Pública, era de rigor que a ANCINE motivasse sua pretensão de criar novas obrigações para registro de obras publicitárias, assim como para produção destas obras.
9. Nada obstante, não se extrai da Nota Explicativa divulgada juntamente com a Consulta Pública quais seriam os problemas hoje existentes e que decorreriam da falta das obrigações que ora se pretende criar, quais seriam as situações existentes capazes de justificar a criação de tais obrigações, tampouco quais seriam as finalidades que se pretende alcançar com a nova normatização.
10. Pelas mesmas razões, era de rigor que fosse motivada a pretensão de criar um novo segmento de mercado audiovisual (Publicidade audiovisual na Internet), com a indicação das razões de fato e de direito em que se fundamenta, além das finalidades que se pretende alcançar com este novo segmento de mercado *vis-à-vis* as inúmeras obrigações dali decorrentes e seu impacto sobre os agentes do setor.
11. A importância de o legislador ou o regulador exercer um juízo de adequação, necessidade e proporcionalidade em relação à norma a ser editada é bem apontada pelo Ministro Luiz Fux ao citar a obra do professor Carlos Ragazzo em voto que proferiu enquanto Relator da Ação Direta de Inconstitucionalidade de dispositivos da Lei nº 12.485/2011 - Lei do SeAC, *in verbis*:

“(...) E prossegue para assentar diretriz imediatamente aplicável ao caso em exame:

‘O Judiciário funcionaria como um avalizador das barganhas legislativas, impedindo acordos explícitos ou implícitos que estejam em desacordo com os princípios constitucionais. Os próprios standards podem se transformar na metodologia que assegura a transparência e que evita as arbitrariedades legislativas, sejam elas produto de grupos de interesse ou não.

*Seguindo essa linha de pensamento, **uma importante regra é a que assegura consistência legislativa.** A consistência interna de uma regulação ou de uma legislação primária depende de um juízo de adequação, necessidade e proporcionalidade em sentido estrito entre o*



que se propõe (objetivo regulatório) e a medida (finalidade regulatória). Já a consistência externa demanda a possibilidade de os objetivos propostos por um ato normativo serem alcançados pela Administração Pública (consistência de recursos). **Ao impor regras de análise substantiva, avaliando consistência interna e externa ao processo político, o Judiciário provoca um incentivo para que os trade-offs sejam mais claros ainda na fase de formulação das regulações, incentivando-os a abordar os problemas sociais e econômicos de uma forma mais realista.**

Exposições de motivos que não informem claramente os motivos que justificam a edição da norma regulatória, portanto, estariam mais sujeitos ao escrutínio judicial, sobretudo porque, nessas ocasiões, a avaliação de consistência interna e externa se tornaria bem mais complicada’.

(RAGAZZO, Carlos. Regulação Jurídica, racionalidade econômica e saneamento básico. Renovar: Rio de Janeiro, 2011, p. 267-268 – sem grifos no original)

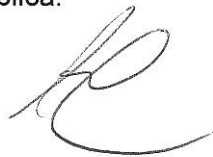
Isso tudo serve apenas para assentar que o puro e simples favorecimento do mercado publicitário nacional não é razão jurídica logicamente idônea a fundamentar a discriminação articulada pelo art. 25 da Lei nº 12.485/2011, o que – somado à pouca clareza dos fundamentos da medida – impõe a sua declaração de inconstitucionalidade por violação ao princípio geral da igualdade (CRFB, art. 5º, caput).”

(destaques no original)

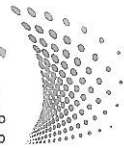
(ADI nº 4679/ DF Voto do Relator Ministro Luiz Fux)²

Bem por isso, uma vez que a imposição de novas obrigações onera os agentes do setor audiovisual, cabe a essa d. Agência ponderar sobre a adequação, necessidade e proporcionalidade da presente Instrução Normativa, ora sob consulta, avaliando o impacto decorrente do ônus a ser criado à vista da realidade atual e do benefício que se espera para o mercado.

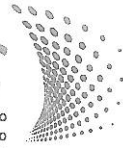
Feitas estas considerações iniciais, a Associação apresenta os comentários a seguir acerca de dispositivos específicos da Consulta Pública.



² Voto do Relator já acompanhado pelos Ministros Roberto Barroso, Teori Zavascki e Rosa Weber. Atualmente com vistas ao Ministro Dias Toffoli.

**Comentários aos dispositivos específicos postos em Consulta Pública**

ALTERAÇÃO DA INSTRUÇÃO NORMATIVA 95	
REDAÇÃO ATUAL	REDAÇÃO EM CONSULTA PÚBLICA
Não há	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.
Não há	Art. 1º (...) § 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.
Não há	Art. 24. (...) §2º (...) V – Publicidade audiovisual na Internet.
CONTRIBUIÇÃO:	
<p>O dispositivo analisado tem por objetivo o reconhecimento da “Internet” como um segmento de mercado para fins da Instrução Normativa 95 da ANCINE, atraindo, portanto, a obrigação de registro de título (CRT) prévio à veiculação da obra, bem como o recolhimento da CONDECINE aplicável para peças publicitárias veiculadas na Internet.</p> <p>Sob a ótica do direito tributário, há de ser ponderado que o princípio constitucional da legalidade tem características rigorosas. Qualquer tributação somente pode ser considerada válida se verificado o caso específico previsto em lei, visto que “é vedado à União, aos Estados e Distrito Federal e aos Municípios exigir ou aumentar tributo sem lei que o estabeleça”.</p> <p>A remissão genérica da MP 2.228-1/01 a “Outros Mercados” não tem o condão de conferir à ANCINE a competência de criar novas hipóteses de incidência para a CONDECINE. Inexistindo uma modificação legislativa e uma clara definição através de lei (e não de Instruções Normativas) de quais seriam tais “outros mercados”, as autoridades fiscais encontram-se impedidas de efetuar cobranças de CONDECINE sobre a divulgação de obras em mercados que não estejam expressamente</p>	



definidos na MP 2228/01 (a exemplo de publicidade audiovisual na Internet).

Uma interpretação distinta implicaria delegação legislativa inconstitucional e, em última análise, afronta à separação dos poderes. Exatamente para evitar a usurpação da função legislativa, a Constituição de 1988 estabeleceu no artigo 25 do Ato das Disposições Constitucionais Transitórias, a revogação de “todos os dispositivos legais que atribuam ou deleguem a órgão do Poder Executivo competência assinalada pela Constituição ao Congresso Nacional”, especialmente no que tange à ação normativa.

Diante disso, qualquer cobrança nesse sentido ou medida coercitiva das autoridades que tenha por objetivo a não veiculação de obras em segmentos não devidamente listados na MP 2228/01, como o de publicidade audiovisual na internet, sob o pretexto de estarem incluídos na categoria “outros mercados” por Instrução Normativa, pode, em última instância, ser combatida no Poder Judiciário.

Acrescenta-se, ainda, o problema de se vincular a criação deste novo segmento de mercado a conceito tão amplo como o de Internet, que é mutável. Sem delimitar a atividade que procura atingir (por exemplo, publicidade via streaming ou aquela veiculada em portais de notícia, etc.), a ANCINE outorga a si mesma uma competência ilimitada para a cobrança da contribuição, com alcance para uma infinidade de aplicações, incluindo tecnologias e modelos de negócio futuros, sem qualquer previsibilidade e em completa violação aos princípios da legalidade e segurança jurídica.

Note-se que a internet não se confunde com outros segmentos como radiodifusão e comunicação audiovisual de acesso condicionado sobre os quais incide a CONDECINE. Trata-se de um sistema global de protocolos lógicos pelo qual se viabiliza o exercício de inúmeras atividades econômicas, não sujeitas a qualquer regime de autorização ou concessão. Diferentemente do serviço de radiodifusão e de alguns serviços de telecomunicações que dependem da utilização de um bem público escasso e finito – o espectro de radiofrequências-, alocado pelo Estado a um número limitado de prestadores, a internet não é serviço titularizado pelo Estado, não ocupa qualquer recurso público escasso e também não se sujeita a um regime jurídico de licenciamento. Logo, a oferta de conteúdo nesse meio de comunicação é feita livremente por uma infinidade de redes e agentes localizados no Brasil ou mesmo no exterior, o que suscita ao menos uma dúvida quanto ao efeito prático de se utilizar um conceito tão amplo como o de internet para este novo segmento de mercado audiovisual.

Não se pode ignorar, além disso, que a admissão de conceito tão amplo gera problemas de segurança jurídica, isonomia e capacidade contributiva. Isso porque na internet, conforme destacado acima, atuam uma miríade de agentes, dos mais diversos portes (desde blogueiros principiantes até grandes portais consolidados) e a incidência da contribuição sobre qualquer tipo de conteúdo audiovisual publicitário veiculado na internet, tal qual pretendido pela ANCINE, ignoraria as inúmeras peculiaridades existentes entre estes players, com efeitos deletérios à competição e à inovação no mercado. Não há identificação precisa das situações sujeitas à tributação, tampouco qualquer ponderação quanto à capacidade contributiva dos agentes.

Desse modo, a pretensão da criação do segmento de mercado "Internet", por meio de instrução normativa, caracterizaria ilegalidade, não só do ponto de vista formal, mas também material, por abordar a questão de maneira totalmente desproporcional.

REDAÇÃO PROPOSTA

Exclusão dos incisos e parágrafos propostos em Consulta Pública.



ALTERAÇÃO DA INSTRUÇÃO NORMATIVA 95	
REDAÇÃO ATUAL	REDAÇÃO EM CONSULTA PÚBLICA
<p>Não há</p>	<p>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.</p>
CONTRIBUIÇÃO:	
<p>É positiva a iniciativa da ANCINE de excluir a limitação de uso de conteúdo de terceiros para a produção de “Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Brasil” destinadas a promover determinados produtos/serviços (vendas de ingressos para eventos artísticos, culturais ou esportivos internacionais realizados no Brasil ou de pacotes para destinos e atrações turísticas no exterior).</p> <p>No entanto, a parte final do parágrafo proposto compromete a eficácia da exceção criada no parágrafo, ao demandar que as imagens utilizadas sejam cedidas por terceiro que não seja o próprio anunciante ou possua vínculo societário com o mesmo.</p> <p>A reflexão a ser feita diz respeito ao fato de que, tratando-se de 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 publicitária) certamente será o organizador do evento, que também será o anunciante.</p>	



No caso de eventos esportivos internacionais de relevância, como os Jogos Olímpicos ou os grandes campeonatos de futebol, o material preexistente inevitavelmente pertencerá à organização do evento, que será a anunciante da referida peça publicitária.

O mesmo ocorre para peças que ofertem pacotes para destinos e atrações turísticas no exterior. A exemplo, um pacote para uma viagem ao *Walt Disney World* certamente utilizaria imagens previamente captadas pela própria organização do parque para fins de divulgação, não podendo fazer uso desse benefício.

Se houver a necessidade de nova captação por uma produtora estrangeira sem ligação com o anunciante, a economia decorrente da classificação da obra como Brasileira (pagamento da CONDECINE em valor menor) será consumida pelos custos de captação de novas imagens no exterior, roubando o dispositivo de sua eficácia.

Assim sendo, propomos a exclusão da parte final deste parágrafo, para que a exceção proposta na Consulta Pública possa produzir os efeitos desejados.

REDAÇÃO PROPOSTA

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.



ALTERAÇÃO DA INSTRUÇÃO NORMATIVA 95	
REDAÇÃO ATUAL	REDAÇÃO EM 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;	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;
CONTRIBUIÇÃO:	
<p>Recomendamos a não implementação da nova restrição proposta na consulta pública, que estabelece a necessidade de que ao menos um dos diretores seja creditado como único diretor em, no mínimo, 5 (cinco) obras audiovisuais publicitárias registradas na ANCINE.</p> <p>Este requisito, que tem o objetivo de criar uma barreira adicional à possibilidade de codireção de obras publicitárias com estrangeiros não comprova de fato a habilidade técnica do diretor, tampouco garante a qualidade do profissional, além de limitar a escolha do Anunciante, que pode optar por um diretor que nunca trabalhou com obra publicitária, mas tem experiência em outros tipos de obras audiovisuais.</p> <p>Este requisito prejudica os novos diretores brasileiros, ou aqueles diretores brasileiros mais experientes em outros tipos de obras audiovisuais, que possuem plenas condições de exercer a atividade de direção de obra publicitária.</p>	
REDAÇÃO PROPOSTA	
Manutenção da redação atual.	



ALTERAÇÃO DA INSTRUÇÃO NORMATIVA 95	
REDAÇÃO ATUAL	REDAÇÃO EM CONSULTA PÚBLICA
Não há	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.
CONTRIBUIÇÃO:	
<p>Questiona-se a motivação da presença do produtor executivo e do operador de câmera nesse rol. Não se tratam de funções artísticas.</p> <p>Ademais, 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.</p> <p>Quanto ao operador de câmera, trata-se de função meramente técnica, não artística, e não faz sentido estabelecer obrigação de nacionalidade brasileira ou de estrangeiro residente no país há mais de três anos para tal profissional, vez que tal exigência onera economicamente a produção da obra.</p>	
REDAÇÃO PROPOSTA	
Exclusão do parágrafo proposto.	



ALTERAÇÃO DA INSTRUÇÃO NORMATIVA 95	
REDAÇÃO ATUAL	REDAÇÃO EM CONSULTA PÚBLICA
Não há	Art. 7º (...) §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
CONTRIBUIÇÃO:	
<p>Na esteira das observações do parágrafo anterior, questiona-se a necessidade da presença do produtor executivo em todas as etapas de filmagens ou gravações da obra, inclusive aquelas realizadas no exterior, vez que o produtor executivo fica habitualmente na base de produção da obra e faz a relação com os contratados para a produção e não precisa estar fisicamente no local de filmagem da obra.</p> <p>A imprescindibilidade da presença de tal profissional onera economicamente a produção da obra publicitária e não constitui requisito razoável ou proporcional.</p> <p>Ao demandar o deslocamento (desnecessário e não usual, no caso do produtor executivo) de profissionais para as etapas de filmagem no exterior, a regulação onera o processo de produção de "Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Exterior".</p> <p>Considerando o enfraquecimento do Real, não é difícil imaginar que os custos de deslocamento da equipe toda para o exterior podem facilmente superar a economia (recolhimento da CONDECINE em valor menor) em relação à simples produção e veiculação de "Obra Publicitária Estrangeira".</p> <p>Assim, a redação proposta pode produzir efeito inverso ao pretendido, enfraquecendo a produção nacional e incentivando o mercado a veicular peças publicitárias estrangeiras no Brasil.</p>	
REDAÇÃO PROPOSTA	
Exclusão do parágrafo proposto.	



ALTERAÇÃO DA INSTRUÇÃO NORMATIVA 95	
REDAÇÃO ATUAL	REDAÇÃO EM CONSULTA PÚBLICA
<p>Art. 18 (...) II - se obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no exterior: cópia da declaração de importação de 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</p>	<p>Art. 18 (...) 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.</p>
CONTRIBUIÇÃO:	
<p>Acredita-se que não há fundamento jurídico e regulatório para a manutenção, por cinco anos, para fins de apresentação à ANCINE dos registros relacionados aos bastidores da realização da obra audiovisual publicitária brasileira filmada no exterior.</p> <p>A necessidade de captação, guarda e entrega de tal registro (um <i>making of</i> da obra)</p>	



onera economicamente a empresa produtora ou a detentora de autorização para comunicação pública no país.

Quanto à parte final do artigo, não se considera razoável e proporcional a necessidade de entrega à ANCINE das cópias dos documentos de identidade da extensa lista de profissionais referidos no art. 7º da IN 95, bem como a entrega do comprovante de execução de despesas no exterior na compra de mercadorias ou contratação de serviços no exterior relacionados à produção da obra, bem como sua manutenção em arquivo por 5 (cinco) anos.

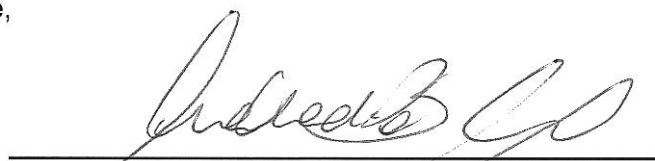
No mesmo artigo já há menção a expressão “notas fiscais”. Não se vê constatada a necessidade de apresentação e manutenção por 5 (cinco) anos de tal documentação adicional para comprovação de que a obra publicitária brasileira foi filmada ou gravada no exterior, vez que já há previsão anterior de apresentação de documentação hábil para tal finalidade.

REDAÇÃO PROPOSTA

Manutenção da redação atual.

12. Estas seriam as considerações da entidade à Consulta Pública sobre a Instrução Normativa que prevê modificações no registro de obras audiovisuais publicitárias. A ABDTIC se coloca à disposição desta r. Agência, caso entenda necessários novos ou adicionais esclarecimentos.

Atenciosamente,



Presidente

São Paulo, 26 de setembro de 2016.

À AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA - ANCINE

Escritório Regional da Agência em São Paulo
Rua Formosa, nº 367, conjunto 2160, Centro
São Paulo - SP
CEP 01049-911

Ref.: Consulta Pública para alterar dispositivos da Instrução Normativa nº 95/2011 e da Instrução Normativa nº 105/2012

A **ABRANET – Associação Brasileira de Internet**, fundada em 1996 com objetivo de congregar os provedores de Internet e atuar em defesa da Internet, saúda a iniciativa da ANCINE de promover o debate público sobre as alterações normativas pretendidas e apresenta a seguir seus comentários e sugestões.

Inicialmente, a Abranet saúda a iniciativa da ANCINE de promover Consulta Pública, importantíssimo instrumento para viabilizar uma sociedade ativa e participativa.

No entanto, considerando que a presente Consulta Pública endereça questões de grande importância à sociedade, o curto prazo de 30 (trinta) dias para submissão de comentários obstou que se tenha um amplo debate a respeito das questões em pauta.

Nesse passo, tendo em vista que o curto prazo de 30 (trinta) dias impediu sua plena e ampla participação na presente Consulta Pública, a ABRANET centrará sua manifestação no tema central em discussão, apresentando um único comentário a respeito da criação do novo segmento de mercado audiovisual - Publicidade Audiovisual na Internet.

De acordo com o texto submetido à Consulta Pública, a ANCINE pretende criar o novo segmento de mercado de Publicidade Audiovisual na Internet mediante a inclusão de novos dispositivos na Instrução Normativa nº 95/2011, que dispõe sobre o procedimento de registro de obra audiovisual publicitária. Este novo segmento de mercado será inserido dentro da categoria "Outros Mercados" prevista no artigo 24, §2º da Instrução Normativa nº 95/2011.

Referido artigo 24 trata da incidência da CONDECINE por título de obra audiovisual publicitária para cada segmento de mercado audiovisual ali indicado, de modo que a criação da Publicidade Audiovisual na Internet como um novo segmento de mercado

tem como consequência principal a incidência da contribuição sobre os títulos de obras audiovisuais publicitárias veiculadas na Internet. Com efeito, a ANCINE pretende criar, via instrução normativa, uma nova hipótese de incidência da CONDECINE - proceder que não encontra guarida no ordenamento jurídico.

Em matéria tributária é mandatória observância dos princípios da reserva legal e da tipicidade, segundo os quais apenas lei em sentido estrito pode, de forma taxativa, criar tributo ou hipótese de incidência de tributo. Nessa linha, os ensinamentos da doutrina:

“Em suma, a legalidade tributária não se conforma com a mera autorização de lei para cobrança de tributos; requer-se que a própria lei defina todos os aspectos pertinentes ao fato gerador, necessários “a quantificação do tributo devido em cada situação concreta que venha a espelhar a situação hipotética descrita na lei.

(...)
Isso leva a uma outra expressão da legalidade dos tributos, que é o princípio da tipicidade tributária, dirigido ao legislador e ao aplicador da lei. Deve o legislador, ao formular a lei, definir, de modo taxativo (numerus clausus) e completo, as situações (tipos) tributáveis, cuja ocorrência será necessária e suficiente ao nascimento da obrigação tributária, bem como os critérios de quantificação (medida) do tributo. Por outro lado, ao aplicador da lei veda-se a interpretação extensiva e analogia, incompatíveis com a taxatividade e determinação dos tipos tributários.”¹

“O Código Tributário brasileiro dispõe enfaticamente que somente a lei pode estabelecer as matérias relacionadas acima. Estas, em conjunto, formam a própria estrutura da norma tributária: definição do fato gerador, fixação das bases de cálculo e alíquotas, a majoração do tributo e mais a estatuição das infrações à lei fiscal e de suas penalidades. Por esta via consagra-se o princípio da tipicidade, que é exauriente (legalidade material). Conceituar até a exaustão, tipificar tudo o que diz respeito às matérias acima exalta o princípio da tipicidade.”²
(grifamos)

Portanto, além de criar um dado tributo, a lei deve exaurir os aspectos atinentes ao fato gerador deste tributo e definir de modo taxativo e completo os tipos tributáveis, sendo defeso fazê-lo via decreto ou qualquer outro ato normativo infralegal.

A CONDECINE, tendo natureza jurídica de tributo, foi criada pela MP nº 2228-1 cujo artigo 33 estabelece os segmentos de mercado para os quais são destinadas as obras audiovisuais sujeitas à incidência da contribuição:

“Art. 33. A Condecine será devida para cada segmento de mercado, por:
I - título ou capítulo de obra cinematográfica ou videofonográfica destinada aos seguintes segmentos de mercado:
a) salas de exibição;

¹ AMARO, Luciano. *Direito tributário brasileiro*. São Paulo: Saraiva, 1999. 3 ed. 480p, p.110-111.

² COELHO, Sacha Calmon Navarro. *Curso de direito tributário brasileiro*. Rio de Janeiro: Grupo Editorial Nacional, 2009. p. 185.

- b) vídeo doméstico, em qualquer suporte;
 - c) serviço de radiodifusão de sons e imagens;
 - d) serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura;
 - e) **outros mercados, conforme anexo.**
- II - título de obra publicitária cinematográfica ou videofonográfica, para cada segmento dos mercados previstos nas alíneas "a" a "e" do inciso I a que se destinar;
- III - prestadores dos serviços constantes do Anexo I desta Medida Provisória, a que se refere o inciso II do art. 32 desta Medida Provisória.
(...)"

O Anexo I da MP nº 2228-1 lista os segmentos de mercado inseridos na categoria "Outros Mercados" de que trata o artigo 33, I 'e':

ANEXO I

Art. 33, inciso I:

e) OUTROS MERCADOS (exceto obra publicitária)

- Obra cinematográfica ou videofonográfica de até 15 minutos	R\$ 300,00
- Obra cinematográfica ou videofonográfica de duração superior a 15 minutos e até 50 minutos	R\$ 700,00
- Obra cinematográfica ou videofonográfica de duração superior a 50 minutos	R\$ 3.000,00
- Obra cinematográfica ou videofonográfica seriada (por capítulo ou episódio)	R\$ 750,00

Nos termos da lei (cf. artigo 33, II), as obras publicitárias cinematográficas ou videofonográficas estão sujeitas à CONDECINE por cada segmento de mercado listado nas alíneas do inciso I do artigo 33 e, particularmente em relação ao segmento de mercado de que trata a alínea 'e' ("Outros Mercados"), as hipóteses estão taxativamente referidas na tabela acima.

A referência genérica a "Outros Mercados" não confere à ANCINE a competência para inovar, i.e. criar novas hipóteses de incidência da contribuição. E mais, esse também não poderia ser o caso tendo em vista que o próprio Anexo I, quando especifica os "outros mercados" excetua a hipótese de incidência do Condecine sobre obras publicitárias nestes mercados por eles listados. Como antes visto, o princípio da tipicidade tributária requer a previsão legal - repete-se, lei em sentido estrito - de todos os aspectos atinentes ao fato gerador da CONDECINE.

Sendo assim, por se tratar da matéria tributária, qualquer novo segmento de mercado audiovisual que se pretenda inserir na categoria "Outros Mercados", de que trata o artigo 33, I 'e' da MP nº 2228-1, depende de lei. A criação de novo segmento de mercado audiovisual por meio de ato infralegal, tal como instrução normativa da ANCINE, fere os princípios da reserva legal e da tipicidade.

Não é demais lembrar que a ANCINE, agência reguladora federal, encontra-se submetida à observância dos princípios regeadoras da atuação da Administração Pública, dentre eles o da legalidade. O princípio da legalidade requer da Administração Pública uma atuação conforme a lei, fazendo somente aquilo que a lei lhe autoriza.³

Na lei, pois, encontram-se os limites ao exercício das competências conferidas à ANCINE pelo artigo 7º da MP nº 2228-1. Com efeito, no exercício da sua competência normativa, a ANCINE deve obediência ao princípio da legalidade. Veja-se as palavras de Maria Sylvia Zanella Di Pietro sobre a atuação de agências reguladoras:

“(…) Por isso mesmo, a função normativa que exercem não pode, sob pena de inconstitucionalidade, ser maior do que a exercida por qualquer outro órgão administrativo ou entidade da Administração Indireta. Elas nem podem regular matéria não disciplinada em lei, porque os regulamentos autônomos não têm fundamento constitucional no direito brasileiro, nem podem regulamentar leis, porque essa competência é privativa do Chefe do Poder Executivo e, se pudesse ser delegada, essa delegação teria que ser feita pela autoridade que detém o poder regulamentar e não pelo legislador. As normas que podem baixar resumem-se ao seguinte: (a) regular a própria atividade de agência por meio de normas de efeitos internos; (b) conceituar, interpretar, explicitar conceitos jurídicos indeterminados contidos em lei, sem inovar na ordem jurídica. Essa segunda função explica-se pela natureza técnica e especializada das agências.”⁴

Nesse passo, sendo defeso à ANCINE, no exercício de sua competência normativa, inovar na ordem jurídica criando nova hipótese de incidência da CONDECINE, a ABRANET discorda da criação de segmento de mercado Publicidade Audiovisual na Internet, sugerindo a ANCINE que não inclua os seguintes dispositivos na Instrução Normativa nº 95/2011: inciso XXVIII-A e §4º no artigo 1º, e inciso V no §2º do artigo 24.

Por fim, é imperativo destacar que a Internet constitui ambiente que, na esteira da Constituição Federal de 1988, artigo 170, funciona sob a égide da livre iniciativa e da livre concorrência, não sujeita a regulação da ANCINE. Desta forma, qualquer intervenção desse ente regulador deve passar por ampla discussão legislativa, nas bases democráticas e jurídicas que embasam as intervenções do estado no domínio econômico.


* * *

³ “A atividade administrativa deve ser desenvolvida nos termos da lei. A Administração só pode fazer o que a lei autoriza: todo ato seu há de ter base em lei, sob pena de invalidade. Resulta daí uma clara hierarquia entre a lei e o ato da Administração Pública: este se encontra em relação de subordinação necessária àquela. Inexiste poder para a Administração Pública que não seja concedido pela lei: o que a lei não lhe concede expressamente, nega-lhe implicitamente. Todo poder é da lei; apenas em nome da lei se pode impor obediência. Por isso, os agentes administrativos não dispõem de liberdade – existente somente para os indivíduos considerados como tais –, mas de competências hauridas e limitadas na lei. A doutrina o afirma em uníssono.” (SUNDFELD, Carlos Ari. *Fundamentos de Direito Público*. São Paulo: Malheiros, 1998. p. 148.

⁴ *Direito administrativo*. 25. ed. São Paulo: Atlas, 2012. 932 p, p.504.

Sendo o que cumpria para o momento, a ABRANET fica à inteira disposição da ANCINE para contribuir no que for necessário, certa de que a presente manifestação será considerada pela Agência na elaboração do ato normativo.

Atenciosamente



Eduardo Fumes Parajo
Presidente

Nota: 01417.000651 2016-46



São Paulo, 26 de setembro de 2016

Para:
AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA – ANCINE
Avenida Graça Aranha, 35
Centro
Rio de Janeiro - RJ
20030-002

**Ref.: CONSULTA PÚBLICA DE MINUTA DE INSTRUÇÃO NORMATIVA QUE
ALTERA A IN 95/2011 e a IN 105/2012**

Prezados Senhores,

A **TAP BRASIL – ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMADORES DE TELEVISÃO** (atual denominação da Associação Brasileira dos Programadores de TV por Assinatura), associação civil com sede em São Paulo, Capital, inscrita no CNPJ/MF sob o número 04.566.585/0001-62, doravante denominada apenas **TAP BRASIL**, vem, respeitosamente, considerando o disposto na Consulta Pública em epígrafe, à presença desta Agência expor e apresentar suas considerações e recomendações ao texto submetido à Consulta Pública.

Como é de vosso conhecimento, a **TAP BRASIL** representa diversas empresas programadoras de canais de TV por assinatura (agora, com a Lei 12.485/11, Serviço de Acesso Condicionado), notadamente programadoras internacionais, conforme definidas no artigo 1º, inciso XIV da MP 2228-1/2001.

Diante desse interesse relevante a entidade de âmbito nacional, de forma articulada apresenta suas sugestões sobre alguns artigos constantes do texto em consulta, na forma a saber:

1 – Considerações específicas articuladas:

Texto em Consulta Pública sobre IN 95	Contribuição da TAP BRASIL
<p>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.</p>	<p>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</p>
<p>Justificativa da sugestão da TAP BRASIL</p>	
<p>A TAP BRASIL entende que a criação de um novo segmento de mercado exige uma lei específica, em particular quando se trata de internet, que é regulada pelo Marco Civil da Internet (MCI) – [Lei nº. 12.965, de 23 de abril de 2014]. A incidência de regulação sobre as atividades na Internet, notadamente por meio de uma Agência Federal, importa em violação aos artigos 2º, 3º e 4º do MCI.</p> <p>Além disso, ao regular a veiculação de publicidade internet acaba gerando o efeito da incidência da CONDECINE sobre mensagens publicitárias, tratando-se, portanto de norma legal com efeitos tributários. O princípio da legalidade tributária é violado pela ausência de lei que preveja a incidência de tributação sobre a veiculação de conteúdo audiovisual publicitário na internet.</p> <p>Como define o CTN (art. 96)[Lei 5.172/1966] a expressão "legislação tributária" compreende as leis, os tratados e as convenções internacionais, os decretos e as normas complementares que versem, no todo ou em parte, sobre tributos e relações jurídicas a eles pertinentes.</p> <p>Assim, a definição de internet como segmento de mercado se trata de fato de uma legislação tributária. É vedado se instituir ou majorar tributos sem que a lei assim determine (art. 9º, I do CTN). Além disso, o art. 97 do CTN determina que somente a lei pode estabelecer instituição de tributos, bem como seu fato gerador e fixação de alíquotas. De outro lado, o conteúdo das normas tributárias infra legais restringe-se aos das leis (art. 99 do CTN), não havendo lei que autorize a criação de tributação sobre internet.</p> <p>Em conclusão a TAP BRASIL recomenda, como contribuição, que não seja inserida a "internet" como definição de segmento de mercado, por meio de</p>	

uma instrução normativa da ANCINE, devendo o tema ser reservado à iniciativa e avaliação do Congresso Nacional, que tem competência exclusiva para a expedição de uma norma tributária.

Além da questão da legalidade, a TAP BRASIL entende que a instituição pela ANCINE da "internet" como segmento de mercado, viola os princípios previstos no MCI.

Texto em Consulta Pública sobre IN 95	Contribuição da TAP BRASIL
<p>Art. 1º</p> <p>§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.</p>	<p>§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.</p>
<p>§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.</p>	<p>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.</p>
<p>Justificativa da sugestão da TAP BRASIL</p>	
<p>A TAP BRASIL em contribuição ao artigo 1º XXVIII-A, recomendou que a ANCINE não transformasse, por instrução normativa, a "internet" como segmento de mercado, pelos motivos ali explicitados.</p> <p>Assim, como consequência a eliminação do XXVIII-A, a TAP BRASIL contribui no sentido de recomendar a eliminação dos §4º e 5º do art. 1º desta Consulta Pública.</p>	

Texto em Consulta Pública sobre IN 95	Contribuição da TAP BRASIL
---------------------------------------	----------------------------

Art. 2	
<p>§ 2º. A Obra Audiovisual Publicitária Estrangeira somente poderá ser comunicada publicamente após emissão do Certificado de Registro de Título – CRT pela ANCINE.</p>	<p>§ 2º. A Obra Audiovisual Publicitária Estrangeira somente poderá ser comunicada publicamente após emissão do Certificado de Registro de Título – CRT pela ANCINE.</p>
<p>Justificativa da sugestão da TAP BRASIL</p>	
<p>A TAP BRASIL recomenda a exclusão deste § 2º uma vez 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. A rigor nem a obra publicitária brasileira, nem a estrangeira adaptada deveriam ter que aguardar a emissão do CRT pela ANCINE, para que pudesse iniciar sua veiculação. Trata-se de uma medida antieconômica e que conspira contra a necessidade de estímulo à economia nacional. 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. Em conclusão a regra deve continuar sendo a do Art. 2º § 1º que diz que após o requerimento do CRT a obra pode ser comunicada publicamente, sem qualquer distinção.</p>	

Texto em Consulta Pública sobre IN 95	Contribuição da TAP BRASIL
<p>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</p>	<p>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</p>

<p>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.</p>	<p>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.</p>
---	---

Justificativa da sugestão da TAP BRASIL

A TAP BRASIL recomenda a exclusão da parte final do 3º do art. 4º, já 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. Considerando-se que o anunciante é o maior interessado na obra publicitária final, e que a ANCINE já autoriza, por meio deste artigo, a utilização de conteúdos não produzidos por empresa produtora brasileira, caso o anunciante possua conteúdos para elaboração de seu anúncio, não há qualquer empecilho em autorizar tal utilização. Tendo em vista que a fatia do mercado publicitário que poderá se beneficiar de tal utilização já está delimitada ("*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*"), não há justificativa para delimitar também o cedente do material a ser usado na publicidade.

Texto em Consulta Pública sobre IN 95	Contribuição da TAP BRASIL
<p>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;</p>	<p>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;</p>

Justificativa da sugestão da TAP BRASIL

A TAP BRASIL recomenda a exclusão da parte final do item "a", pois tal exigência tornaria o processo de codireção extremamente burocrático. Ademais, a redação do novo dispositivo é ambígua, de forma que não é possível saber qual dos dois diretores (o brasileiro ou o estrangeiro residente no País) deverá cumprir com o requisito de ter filmado 05 obras publicitárias registradas na ANCINE. Tal requisito, ainda, resulta em clara reserva de mercado aos diretores já atuantes, o que resulta em injusta competição entre diretores novos e experientes para inserção no mercado publicitário. Assim, a redação original do art. 5º, §1º, "a" não deverá ser alterada, tendo em vista a sua nova redação inexata e problemática, o aumento de burocracia que tal novo requerimento traria ao mercado, e a reserva de mercado que ocasionaria em desequilíbrio entre os atuantes no mercado publicitário brasileiro.

Texto em Consulta Pública sobre IN 95	Contribuição da TAP BRASIL
<p>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.</p>	<p>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.</p>
<p>§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</p>	<p>§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</p>

Justificativa da sugestão da TAP BRASIL
<p>A TAP BRASIL sugere a exclusão das pessoas apontadas no §4º, pois tais requisitos burocratizam e dificultam a produção da obra publicitária brasileira filmada no exterior.</p> <p>Com relação ao §5º, a TAP BRASIL sugere sua exclusão, pois 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. Assim, tendo em vista tal limitação fática ocasionada pela norma, requer-se a exclusão de tal dispositivo.</p>

Texto em Consulta Pública sobre IN 95	Contribuição da TAP BRASIL
<p>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.</p>	<p>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.</p>
Justificativa da sugestão da TAP BRASIL	
<p>A TAP BRASIL sugere a exclusão da parte final do item "b" acima, já que tal nova documentação se mostra desnecessária.</p> <p>A dispensabilidade se mostra na medida em que para seja classificada como Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Exterior, a obra audiovisual já deverá cumprir com diversos requisitos: "a obra deve ser realizada no exterior, produzida por empresa produtora brasileira registrada na Ancine, observado o disposto no §2º, realizada por diretor Brasileiro ou</p>	

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".

A inserção de novas condições para a filmagem no exterior de obra publicitária com certeza dificultará o processo de produção e desmotivará a produção publicitária brasileira no exterior. Considerando que a publicidade brasileira é uma das melhores do mundo, em grande parte pelas parcerias realizadas com empresas estrangeiras, as limitações burocráticas à filmagem da publicidade brasileira no exterior com certeza atrapalharão o desenvolvimento de tal mercado.

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.

Texto em Consulta Pública sobre IN 95	Contribuição da TAP BRASIL
Art. 15.	
<p>§ 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.</p>	<p>§ 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.</p>
<p>§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</p>	<p>§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</p>

Federal, nos termos do §5º do art. 33 da Medida Provisória 2.228-1, de 06 de setembro de 2001.	Federal, nos termos do §5º do art. 33 da Medida Provisória 2.228-1, de 06 de setembro de 2001.
--	---

Justificativa da sugestão da TAP BRASIL

A TAP BRASIL recomenda a exclusão destes §§ 1º e 2º uma vez 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.

A rigor nem a obra publicitária brasileira, nem a estrangeira adaptada deveriam ter que aguardar a emissão do CRT pela ANCINE, para que pudesse iniciar sua veiculação.

Trata-se de uma medida antieconômica e que conspira contra a necessidade de estímulo à economia nacional.

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.

Em conclusão a regra deve continuar sendo a do Art. 15 *caput* sem inserção destas condições adicionais discriminatórias e sem justificativas.

Texto em Consulta Pública sobre IN 95	Contribuição da TAP BRASIL
<p>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,</p>	<p>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,</p>

<p>empregados nas funções especificadas no artigo 7º desta Instrução Normativa;</p>	<p>empregados nas funções especificadas no artigo 7º desta Instrução Normativa;</p>
<p>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.</p>	<p>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.</p>
<p>Justificativa da sugestão da TAP BRASIL</p>	
<p>A TAP BRASIL sugere a exclusão da documentação apontada acima nos incisos I e II, já que tal nova documentação se mostra desnecessária.</p>	

A dispensabilidade se mostra na medida em que, para seja classificada como Obra Audiovisual Publicitária Brasileira ou Obra Audiovisual Publicitária Brasileira Filmada ou Gravada no Exterior, a obra já deverá cumprir com diversos requisitos, dentre eles: "a obra deve ser 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".

A inserção de novas condições para a filmagem tanto no exterior quando no território nacional de obra publicitária com certeza dificultará o processo de produção e desmotivará a produção publicitária brasileira.

Ademais, considerando-se que a publicidade brasileira é uma das melhores do mundo, em grande parte pelas parcerias realizadas com empresas estrangeiras, as limitações burocráticas à filmagem da publicidade brasileira no exterior com certeza atrapalharão o desenvolvimento de tal mercado.

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 ao exterior, o que, temos certeza, não é do interesse da Ancine.

Texto em Consulta Pública sobre IN 95	Contribuição da TAP BRASIL
<p>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.</p>	<p>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</p>
<p>§2º V – Publicidade audiovisual na Internet.</p>	<p>§2º V – Publicidade audiovisual na Internet.</p>

Justificativa da sugestão da TAP BRASIL

A TAP BRASIL entende que 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.

Além disso, a TAP BRASIL recomenda a exclusão do §2º V, conforme o comentário feito acima em relação à proposta de redação do Art.1º XXVIII-A desta Consulta Pública.

A TAP BRASIL reitera que a criação de um novo segmento de mercado exige uma lei específica, em particular quando se trata de internet, que é regulada pelo Marco Civil da Internet (MCI) – [Lei nº. 12.965, de 23 de abril de 2014].

A incidência de regulação sobre as atividades na Internet, notadamente por meio de uma Agência Federal, importa em violação aos artigos 2º, 3º e 4º do MCI.

Além disso, ao regular a veiculação de publicidade internet acaba gerando o efeito da incidência da CONDECINE sobre mensagens publicitárias, tratando-se, portanto de norma legal com efeitos tributários. O princípio da legalidade tributária é violado pela ausência de lei que preveja a incidência de tributação sobre a veiculação de conteúdo audiovisual publicitário na internet.

Como define o CTN (art. 96) [Lei 5.172/1966] a expressão "legislação tributária" compreende as leis, os tratados e as convenções internacionais, os decretos e as normas complementares que versem, no todo ou em parte, sobre tributos e relações jurídicas a eles pertinentes.

Assim, a definição de internet como segmento de mercado se trata de fato de uma legislação tributária. É vedado se instituir ou majorar tributos sem que a lei assim determine (art. 9º, I do CTN). Além disso, o art. 97 do CTN determina que somente a lei pode estabelecer instituição de tributos, bem como seu fato gerador e fixação de alíquotas. De outro lado, o conteúdo das normas tributárias infra legais restringe-se aos das leis (art. 99 do CTN), não havendo lei que autorize a criação de tributação sobre internet.

Em conclusão a TAP BRASIL recomenda, como contribuição, que não seja inserida a "internet" como definição de segmento de mercado, por meio de uma instrução normativa da ANCINE, devendo o tema ser reservado à iniciativa e avaliação do Congresso Nacional, que tem competência exclusiva para a expedição de uma norma tributária.

Além da questão da legalidade, a TAP BRASIL entende que a instituição pela ANCINE da "internet" como segmento de mercado, viola os princípios

previstos no MCI.

Texto em Consulta Pública sobre IN 105	Contribuição da TAP BRASIL
<p>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.</p>	<p>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 na Medida Provisória 2.228-1, de 06 de setembro de 2001.</p>
<p>Justificativa da sugestão da TAP BRASIL</p>	
<p>A TAP BRASIL entende 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.</p>	

As contribuições da **TAP BRASIL** em face dessa consulta podem eventualmente não exaurir todos os temas que a entidade e/ou seus associados tenham a comentar em relação ao seu texto.

Outrossim a manifestação ou omissão a qualquer desses temas não implica em aceitação, concordância ou renúncia de nenhum direito por parte da **TAP BRASIL** e/ou seus associados quanto ao conteúdo da Resolução que vier a ser editada, e, em particular, quanto aos seus efeitos.

Sem mais pelo momento, a **TAP BRASIL** permanecerá à sua disposição para os esclarecimentos adicionais que se façam oportunos, inclusive para reuniões sobre os assuntos acima expostos, se assim V.Sa. entender necessário,

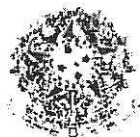


agradecendo antecipadamente atenção dispensada ao assunto de extrema importância para o mercado dos serviços de acesso condicionado.

Termos em que,
Esperando acolhimento,

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke, positioned over the printed name and title.

TAP BRASIL - ASSOCIAÇÃO DOS PROGRAMADORES DE TELEVISÃO
Carlos Alkimim | Diretor Executivo



MINISTÉRIO DA FAZENDA

Secretaria de Acompanhamento Econômico

Parecer Analítico sobre Regras Regulatórias nº 329/COGPC/SEAE/MF

Brasília, 26 de setembro de 2016.

Assunto: Contribuição à Consulta Pública sem número, de 26 de agosto de 2016, da Agência Nacional de Cinema (Ancine), dispõe sobre “Minuta de Instrução Normativa que altera dispositivos da IN nº 95 e da IN nº 105”.

Ementa: A minuta promove várias alterações e inclusões nas IN nº 95 e da IN nº 105, tanto para aperfeiçoamento da redação quanto para inovação regulatória. Cria a possibilidade de cobrança da CONDECINE sobre obras publicitárias na internet. A Consulta Pública não apresentou análise de impacto regulatório. A norma não tem o potencial de promover a competição.

Recomendações: (i) a identificação clara e objetiva do problema; (ii) apresentação de dados que evidenciem e justifiquem os problemas identificados e as medidas regulatórias propostas; (iii) observações sobre problemas resultantes de sucessivas alterações da mesma norma, com aumento do custo regulatório para os administrados (iv) a mensuração dos efeitos sobre a sociedade (análise dos custos e dos benefícios e estimação dos impactos fiscais e tarifários); (v) apresentação de proposta de mecanismos de monitoramento, para que a Ancine adote critérios previsíveis e objetivos sobre novas alterações na norma, com base em Análise de Impacto Regulatório (AIR) ex post, por exemplo; (vi) elaboração e exposição à sociedade da AIR sobre a minuta de Instrução

de Instrução Normativa; (vii) análise dos potenciais incentivos da norma que possam promover a competição ou que possam inibir a competição no setor; e (viii) atenção à elevação dos custos de cumprimento e dos encargos administrativos - recomenda-se o uso do Standard Cost Model para este fim.

Acesso: Público

1. Introdução

1. A Secretaria de Acompanhamento Econômico do Ministério da Fazenda (Seae/MF), em consonância com o objetivo traçado pela Ancine, apresenta, por meio deste Parecer, as suas contribuições à Consulta Pública s/n, cujo período de contribuição é de 26 de agosto de 2016 a 26 de setembro de 2016, com a intenção de contribuir para o aprimoramento do arcabouço regulatório do setor, nos termos de suas atribuições legais, definidas na Lei nº 12.529, de 30 de novembro de 2011, e no Anexo I ao Decreto nº 7.482, de 16 de maio de 2011.

2. A Consulta Pública nº 165/2016 da Ancine, ora em análise, dispõe sobre uma Minuta de Instrução Normativa que altera dispositivos da IN nº 95 e da IN nº 105. A Nota Explicativa que acompanha a consulta informa que a Minuta "é resultado de Consulta Pública realizada nos meses de julho e agosto de 2015 e de novas necessidades e aperfeiçoamentos identificados pela unidade técnica da ANCINE, responsável pelos registros de obras publicitárias, e sua Diretoria Colegiada".

2. Análise do Impacto Regulatório (AIR)¹

2.1. Identificação do Problema

3. A identificação clara e precisa do problema a ser enfrentado pela regulação contribui para o surgimento de soluções. Ela, por si só, delimita as respostas mais adequadas para o problema, tomando-se o primeiro elemento da análise de adequação e oportunidade da regulação.

¹ Este tópico tem como base o estudo da OCDE intitulado *Recommendation of the Council of the OECD on Improving the Quality of Government Regulation (adopted on 9th March, 1995)*

4. A identificação do problema deve ser acompanhada, sempre que possível, de documentos que detalhem a procedência da preocupação que deu origem à proposta normativa e que explicitem a origem e a plausibilidade dos dados que ancoram os remédios regulatórios propostos.

5. No presente caso, esta Seae entende que:

- O problema não foi identificado com clareza e precisão.
- Os documentos que subsidiam a audiência pública não são suficientes para cumprir esse objetivo.

6. A Agência apresentou, juntamente à Consulta Pública, uma Nota Explicativa, contendo um resumo das alterações e inclusões realizadas nas IN nº 95 e da IN nº 105. No caso das alterações, a justificativa oferecida diz respeito às modificações havidas na Medida Provisória nº 2.228-1, de 06 de setembro de 2001, que dão ensejo à necessidade de aperfeiçoar as normas infralegais. No caso das inclusões, porém, não são apresentadas informações sobre o contexto em que elas são propostas. Dessa forma, não há como averiguar qual o problema que motivou a Ancine a propor as inclusões pretendidas.

7. A Seae observa ainda que a identificação do problema, com clareza e precisão, é fundamental para o exercício do controle social. Sem a identificação do problema, não há como se opinar sobre se há, ou não, necessidade ou interesse social sobre o tema.

2.2. Justificativa para a Regulação Proposta

8. A intervenção regulamentar deve basear-se na clara evidência de que o problema existe e de que a ação proposta a ele responde, adequadamente, em termos da sua natureza, dos custos e dos benefícios envolvidos e da inexistência de alternativas viáveis aplicadas à solução do problema. É também recomendável que a regulação decorra de um planejamento prévio e público por parte da agência, o que confere maior transparência e previsibilidade às regras do jogo para os administrados e denota maior racionalidade nas operações do regulador.

9. No presente caso, esta Seae entende que:

- As informações levadas ao público pelo regulador não justificam a intervenção do regulador.
- Os dados disponibilizados em consulta pública não permitem identificar coerência entre a proposta apresentada e o problema identificado.
- A normatização não decorre de planejamento previamente formalizado em documento público.

10. Como mencionado no item "Identificação do Problema", o regulador não ofereceu informações e dados que descrevam o problema que a Consulta Pública quer resolver. Não há evidências se há um problema e se o problema decorre de falhas de mercado ou falhas de governo, o que justificaria uma medida regulatória.

11. O tema da Consulta Pública referente à inclusão no rol de conceitos do inciso XXVIII-A e §1º da IN nº. 95/2011 do segmento de mercado "Publicidade Audiovisual na Internet" não está prevista na Agenda Regulatória 2015-2016 da Ancine.

2.3. Base Legal

12. O processo regulatório deve ser estruturado de forma que todas as decisões estejam legalmente amparadas. Além disso, é importante informar à sociedade sobre eventuais alterações ou revogações de outras normas, bem como sobre a necessidade de futura regulação em decorrência da adoção da norma posta em consulta. No caso em análise, a Seae entende que:

- A base legal da regulação foi adequadamente identificada.
- Foram apresentadas as normas alteradas, implícita ou explicitamente, pela proposta.
- O regulador não informou sobre a necessidade de futura regulação da norma.

13. A Consulta Pública é uma proposta de alteração de normas das IN nº 95/2011 e nº. 105/2012. O regulador não informou sobre a necessidade de futura regulação da norma, nem detectou a necessidade de revogação ou alteração de norma preexistente. Ressaltamos, como já o fizemos em contribuição anterior, que a IN nº 95/2011 já foi alterada por várias outras Instruções Normativas da agência, todas promulgadas pela Ancine em curto espaço de tempo após a sua publicação². A Seae adverte que estas sucessivas alterações de uma Instrução Normativa basilar para a regulamentação do setor de produção de obras publicitárias aumenta os custos de cumprimento para os agentes econômicos. Isto pode representar um aumento da insegurança jurídica para o setor, além de contribuir para o desperdício na alocação eficiente de recursos, uma vez que os agentes regulados estarão tendo que destinar mais recursos para atender mais tramites burocráticos sem justificativas à sociedade, ao invés de direcioná-los para suas atividades produtivas.

² Por exemplo, Instrução Normativa nº 98, de 15 de maio de 2012, a Instrução Normativa nº 100, de 29 de maio de 2012, a Instrução Normativa nº 101, de 29 de maio de 2012, Instrução Normativa nº 105, de 10 de julho de 2012.

2.4. Efeitos da Regulação sobre a Sociedade

14. A distribuição dos custos e dos benefícios entre os diversos agrupamentos sociais deve ser transparente, até mesmo em função de os custos da regulação, de um modo geral, não recaírem sobre o segmento social beneficiário da medida. Nesse contexto, a regulação poderá carrear efeitos desproporcionais sobre regiões ou grupos específicos.

15. Considerados esses aspectos, a Seae entende que:

- Não foram estimados os impactos tarifários.
- Não foram estimados os impactos fiscais.
- A agência não discriminou claramente quais os atores onerados com a proposta.
- Não há mecanismos adequados para o monitoramento do impacto e para a revisão da regulação.

16. A Ancine não apresentou os possíveis impactos fiscais e tributários da medida regulatória proposta, bem como não discriminou quais são os atores onerados com a proposta. A Seae identificou que os efeitos da proposta podem afetar produtores de obras publicitárias de forma diferenciada, inclusive contrariando o objetivo da Agenda Regulatória. Também, a Ancine não apresentou mecanismos para o monitoramento do impacto e para a revisão da regulação.

2.5. Custos e Benefícios

17. A estimação dos custos e dos benefícios da ação governamental e das alternativas viáveis é condição necessária para a aferição da eficiência da regulação proposta, calcada nos menores custos associados aos maiores benefícios. Nas hipóteses em que o custo da coleta de dados quantitativos for elevado ou quando não houver consenso em como valorar os benefícios, a sugestão é que o regulador proceda a uma avaliação qualitativa que demonstre a possibilidade de os benefícios da proposta superarem os custos envolvidos.

12. No presente caso, a Seae entende que:

- Não foram apresentados adequadamente os custos associados à adoção da norma.
- Não foram apresentados os benefícios associados à adoção da norma, inclusive os de caráter não financeiro.

18. A agência não apresentou uma análise dos custos e dos benefícios da ação regulatória em análise. Recomenda-se à Ancine que fundamente suas intervenções sobre evidências, o

que exige tratamento de dados e informações quantitativas ou qualitativas. Após leitura da proposta de minuta, a Seae questiona a Ancine sobre a relevância da Consulta Pública, provocando a agência para que evidencie as vantagens da minuta de IN na perspectiva de análise dos custos e dos benefícios, no seguinte sentido:

- (i) Quais os problemas regulatórios identificados na definição de “publicidade audiovisual na internet”? O que se pretende ganhar com a alteração?
- (ii) Quais os possíveis custos e benefícios para o mercado da conceituação anterior? Quais os problemas técnicos envolvidos?
- (iii) Quais os custos de cumprimento e a carga burocrática sobre o produtor de obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no exterior com a exigência de novos documentos e qual a importância desses documentos adicionais³?

2.6. Opções Regulatórias

19. A opção regulatória deve ser cotejada face às alternativas capazes de promover a solução do problema - devendo-se considerar como alternativa à regulação a própria possibilidade de não regular.

20. Com base nos documentos disponibilizados pela agência, a Seae entende que:

- Não foram apresentadas as alternativas eventualmente estudadas.

21. A agência não apresentou alternativas à minuta de IN em tela, o que compromete a elaboração de uma análise de impacto regulatório. A análise de impacto regulatório é uma análise comparativa, que considera, até mesmo, a possibilidade de não regular. Esta técnica evidencia, não só coerência entre o problema e as consequências esperadas, mas, também, que todas as possibilidades foram consideradas e estudadas pela Ancine, legitimando a sua decisão de forma impessoal e eximindo-a de falhas de governo associadas à captura por grupos de interesse.

3. Análise do Impacto Concorrencial

³ Tais custos podem ser mensurados através do chamado Standard Cost Model. O modelo propõe mensurar os custos de cumprimento e encargos administrativos calculados com base no custo médio da atividade administrativa necessária (preço), multiplicado pelo número total de atividades realizadas por ano (quantidade). Para maiores informações, recomenda-se consultar o International Standard Cost Model Manual, disponível em <http://www.oecd.org/gov/regulatory-policy/34227698.pdf>.

22. Os impactos à concorrência foram avaliados a partir da metodologia desenvolvida pela OCDE, que consiste em um conjunto de questões a serem verificadas na análise do impacto de políticas públicas sobre a concorrência. O impacto competitivo poderia ocorrer por meio da: i) limitação no número ou variedade de fornecedores; ii) limitação na concorrência entre empresas; iii) diminuição do incentivo à competição; e iv) limitação nas opções dos clientes e da informação disponível.

23. Em relação aos impactos concorrenciais:

- A norma proposta tem o potencial de diminuir o incentivo à competição.

24. A Seae detectou que a norma tem potencial risco à concorrência. Inúmeras das alterações pretendidas tem o condão de aumentar os custos de cumprimento das regras estabelecidas, por vezes estabelecendo tratamento dissimilar e assimétrico entre agentes econômicos, como por exemplo:

- Os artigos 2º e 15 da Instrução Normativa nº 95/2011, ambos acrescidos do §2º, passam a estabelecer que as obras estrangeiras somente poderão ser comunicadas publicamente após a emissão do Certificado de Registro de Título – CRT, sendo necessário o prévio recolhimento de CONDECINE para obtenção do nº de CRT que autoriza sua comunicação pública, diferenciando-as das obras brasileiras que podem ser comunicadas publicamente desde a submissão do requerimento de eletrônico de registro.
- A alínea “a” do §1º do artigo 5º da Instrução Normativa nº 95/2011, artigo que regulamenta a co-direção em obras publicitárias brasileiras, passa a exigir do diretor, além dos requisitos atuais, que o mesmo conste como único diretor em no mínimo 05 (cinco) obras publicitárias registradas na ANCINE.
- Os artigos 11 e 18 da Instrução Normativa nº 95/2011 foram acrescidos de novos documentos que deverão acompanhar o requerimento eletrônico de registro das obras publicitárias e que deverão ser mantidos em arquivo pela requerente no prazo de cinco anos. Destaca-se dos novos documentos, a obrigatoriedade de envio de declaração, incluída como Anexo III na presente proposta, para os casos de obra publicitária brasileira filmada ou gravada no exterior, assinada por diretor e empresa produtora, em que constem as funções técnicas e artísticas utilizadas na produção da obra, com a nacionalidade do técnico ou artista e se participou das filmagens ou gravações no exterior.
- O artigo 7º da Instrução Normativa nº 95/2011, que disciplina a aferição da proporção da quantidade de artistas e técnicos brasileiros e estrangeiros residentes no país utilizados na produção de obra publicitária, foi acrescido dos §§s 4º e 5º, estabelecendo como obrigatório, para as obras publicitárias brasileiras filmadas ou gravadas no exterior e em todas as etapas das filmagens ou gravações da obra,

inclusive aquelas realizadas no Exterior, o desempenho das funções de diretor, diretor de arte, cenógrafo, produtor executivo, diretor de fotografia, e operador de câmera, exclusivamente por brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de 3 (três) anos.

25. Ademais, como já citado anteriormente, a Instrução Normativa nº 95/2011 foi alterada para incluir entre os segmentos de mercado entendidos como Outros Mercados o segmento “Publicidade audiovisual na Internet”, tornando obrigatório o registro e recolhimento de CONDECINE, quando for o caso, das obras publicitárias comunicadas publicamente na internet. A Tabela 1 abaixo traz, segundo dados do Ibope disponibilizados na Internet, a participação de mercado da publicidade no Brasil por segmento da comunicação:

26. Tabela 1 - Total Brasil % Meios - Jan/Dez 2015

MEIO	VALOR (R\$000)	%
TV ABERTA	22.064	62,9%
PAYTV	3.215	9,2%
JORNAL (*)	2.878	8,2%
REVISTA (*)	1.599	4,6%
RÁDIO	1.279	3,6%
OOH (**)	446	1,3%
CINEMA	215	0,6%
DISPLAY (***)	1.824	5,2%
SEARCH (***)	1.578	4,5%
TOTAL	35.098	100,0%

*Impressos

** Mobilário urbano e outdoor

*** Sem mobile e programática. Display: principais formatos comercializados como banners, botão e rich media, em Desktop. Search: links patrocinados e PLA, em Desktop e Tablet.

Fonte: Katar Ibope Media, via site Adnews⁴.

27. A publicidade na Internet tem crescido no Brasil e no mundo, e é importante para a viabilização de várias iniciativas na Internet, incluindo, mas não só, as próprias plataformas digitais de jornais, cuja circulação impressa se reduz dia a dia. A Ancine tem se mantido cautelosa na regulação e tributação de conteúdos audiovisuais na internet, sendo que a questão da regulamentação dos OTT, por exemplo, foi levada para discussão no Conselho Superior do Cinema. Assim, a decisão de estabelecer a cobrança da CONDECINE sobre obras audiovisuais publicitárias, embora não evoque os mesmos problemas contemplados na regulamentação da OTT, é uma alteração regulatória que no entender desta Seae mereceria o tipo de análise detalhada que uma análise de impacto regulatório permite fazer, inclusive sobre seu impacto na concorrência nos mercados a jusante.

⁴ Disponível em <http://adnews.com.br/midia/meio-digital-e-o-segundo-que-mais-recebe-investimentos-no-brasil.html>

4. Análise Suplementar

28. A diversidade das informações colhidas no processo de audiências e consultas públicas constitui elemento de inestimável valor, pois permite a descoberta de eventuais falhas regulatórias não previstas pelas agências reguladoras.

29. Nesse contexto, as audiências e consultas públicas, ao contribuírem para aperfeiçoar ou complementar a percepção dos agentes, induzem ao acerto das decisões e à transparência das regras regulatórias. Portanto, a participação da sociedade como baliza para a tomada de decisão do órgão regulador tem o potencial de permitir o aperfeiçoamento dos processos decisórios, por meio da reunião de informações e de opiniões que ofereçam visão mais completa dos fatos, agregando maior eficiência, transparência e legitimidade ao arcabouço regulatório.

30. Nessa linha, esta Secretaria verificou que, no curso do processo de normatização:

- Não existem outras questões relevantes que deveriam ser tratadas pela norma.
- A norma apresenta redação clara.
- Não houve audiência pública ou evento presencial para debater a norma.
- O prazo para a consulta pública não foi adequado.
- Não houve barreiras de qualquer natureza à manifestação em sede de consulta pública.

31. A Seae considera que o prazo para a consulta pública foi inadequado, dada a magnitude da interferência realizada no mercado, em particular no que diz respeito à cobrança da CONDECINE sobre a publicidade audiovisual na internet.

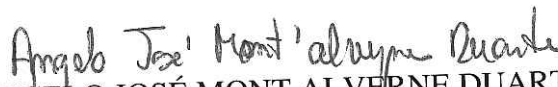
5. Considerações Finais

32. Ante todo o exposto acima, a Seae considera que cabem recomendações para o aperfeiçoamento da norma, quais sejam: (i) a identificação clara e objetiva do problema; (ii) apresentação de dados que evidenciem e justifiquem o problema e a medida regulatória proposta; (iii) observações sobre problemas resultantes de sucessivas alterações da mesma norma, com aumento do custo regulatório para os administrados; (iv) a mensuração dos efeitos sobre a sociedade (análise dos custos e dos benefícios e estimação dos impactos fiscais e tarifários); (v) apresentação de proposta de mecanismos de monitoramento, para que a Ancine adote critérios previsíveis e objetivos sobre novas alterações na norma, com base em AIR ex post, por exemplo; (vi) elaboração e exposição à sociedade da AIR sobre a minuta de Instrução Normativa; (vii) análise dos potenciais incentivos da norma que possam promover a competição ou que possam inibir a competição no setor; e (viii) atenção à elevação dos custos de cumprimento e dos encargos administrativos - recomenda-se o uso do Standard Cost Model para este fim.



MARCELO DE MATOS RAMOS
Coordenador Geral de Promoção da Concorrência

De acordo.



ANGELO JOSÉ MONT ALVERNE DUARTE

Subsecretário de Análise Econômica e Advocacia da Concorrência

São Paulo, 23 de setembro de 2016

NUP: 03418.000373/2016-28

À

AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA - ANCINE

SRTV Sul Conjunto E, Edifício Palácio do Rádio, Bloco I, Cobertura
Brasília – DF | Brasil
CEP 70340-901

REF.: MANIFESTAÇÃO DA CÂMARA BRASILEIRA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO ACERCA DA MINUTA DE INSTRUÇÃO NORMATIVA QUE VISA ALTERAR DISPOSITIVOS DA IN Nº. 95 E IN Nº. 105

A **CÂMARA BRASILEIRA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO** (“camara-e.net”), sediada na Rua Bela Cintra, nº. 756 – CEP 01415-00 – São Paulo/SP, inscrita no CNPJ sob nº. 04.481.317/0001-48, vem, por meio desta manifestação, apresentar comentários à Consulta Pública submetida pela **AGENCIA NACIONAL DO CINEMA** (“ANCINE”) acerca da *Minuta de Instrução Normativa que altera dispositivos da IN nº. 95 e da IN nº. 105*, iniciada em 26 de agosto de 2016 e com prazo final em 26 de setembro de 2016.

Inicialmente, a camara-e.net entende ser necessário proceder com alguns esclarecimentos relacionados à análise do texto da proposta de Consulta Pública apresentada pela ANCINE.

O mercado audiovisual brasileiro é um mercado em expansão e constante evolução, e, muito embora tenhamos políticas públicas a ele direcionadas, temos que a sua estruturação é norteada e balizada por dois princípios constitucionais: **Livre Concorrência e Livre Iniciativa**.

Nessa linha de raciocínio, eventuais medidas que venham a ser editadas pela ANCINE devem, acima de tudo, respeitar o balizamento constitucional e proporcionar um ambiente concorrencial de tal forma que não imponha barreiras à entrada ou à saída dos operadores no mercado, permitindo a concorrência livre e horizontal entre os agentes econômicos, sem existência de benefícios exclusivos a uma ou outra parcela dos *stakeholders*, em detrimento de outros agentes.

Neste ponto, importante observar que a própria lei que versa sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado, **Lei n.º 12.485, de 12 de setembro de 2011**, invoca os princípios da Constituição Federal para determinar que a comunicação audiovisual deverá observar os princípios da livre iniciativa e intervenção mínima do Estado:

Art. 3º. A comunicação audiovisual de acesso condicionado, em todas as suas atividades, será guiada pelos seguintes princípios:

- I - liberdade de expressão e de acesso à informação;
- II - promoção da diversidade cultural e das fontes de informação, produção e programação;
- III - promoção da língua portuguesa e da cultura brasileira;
- IV - estímulo à produção independente e regional;
- V - estímulo ao desenvolvimento social e econômico do País;
- VI - liberdade de iniciativa, mínima intervenção da administração pública e defesa da concorrência por meio da livre, justa e ampla competição e da vedação ao monopólio e oligopólio nas atividades de comunicação audiovisual de acesso condicionado.**

Parágrafo único. Adicionam-se aos princípios previstos nos incisos deste artigo aqueles estabelecidos na Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, aprovada pelo Decreto Legislativo nº 485, de 20 de dezembro de 2006.

Destes dispositivos, **temos que a livre iniciativa invocada para o mercado audiovisual se traduz na liberdade de competição justa, conjugada com a livre concorrência, além da liberdade de gestão**, que é um desdobramento fundamental deste princípio, ou seja, na liberdade dos operadores em gerir livremente seus negócios, respeitando as normas regulatórias. Assim, se aprovadas algumas mudanças no arcabouço regulatório ora existente, que trataremos pontualmente à frente, vemos o risco de que sejam comprometidas estas liberdades.

Como consequência da livre e iniciativa e livre concorrência, temos o **princípio da intervenção mínima do Estado na atividade econômica**. É o Estado fazendo o papel de regulador do mercado, buscando garantir aos administrados, seus direitos de competição livre e igualitária, sem, no entanto, ultrapassar a linha que o separa do intervencionismo excessivo que poderá trazer consequências indesejadas ao mercado.

Neste ponto, a ANCINE tem o papel de fazer valer estes princípios aos agentes econômicos do mercado audiovisual, uma vez que é uma de suas competências elencadas na **Medida Provisória n.º 2.228-1, de 6 de setembro de 2001**, que a deu origem:

Art. 7º A ANCINE terá as seguintes competências:

XVIII - regular e fiscalizar o cumprimento dos princípios da comunicação audiovisual de acesso condicionado, das obrigações de programação, empacotamento e publicidade e das restrições ao capital total e votante das produtoras e programadoras fixados pela lei que dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado;

Sendo um ente da Administração Pública Federal, a ANCINE tem o dever de se vincular ao cumprimento e observância do princípio da motivação ao apresentar a proposta em Consulta Pública, conforme estabelece o mandamento constitucional consolidado na **Lei nº. 9.784, de 29 de janeiro de 1999**.

Art. 2º A Administração Pública obedecerá, dentre outros, aos princípios da legalidade, finalidade, motivação, razoabilidade, proporcionalidade, moralidade, ampla defesa, contraditório, segurança jurídica, interesse público e eficiência.

Parágrafo único. Nos processos administrativos serão observados, entre outros, os critérios de:

I - atuação conforme a lei e o Direito; (...)

VI - adequação entre meios e fins, vedada a imposição de obrigações, restrições e sanções em medida superior àquelas estritamente necessárias ao atendimento do interesse público;

VII - indicação dos pressupostos de fato e de direito que determinarem a decisão;

VIII - observância das formalidades essenciais à garantia dos direitos dos administrados; (...)

XIII - interpretação da norma administrativa da forma que melhor garanta o atendimento do fim público a que se dirige, vedada aplicação retroativa de nova interpretação.

A ANCINE, ao abrir para comentários essa proposta, deixou de compartilhar com o mercado os estudos e pareceres que embasaram tal iniciativa, de modo que a população possa compreender a razão de ser da atuação do regulador, trazendo suas contribuições de modo mais específico. Nesse sentido, tem-se que o embasamento e a justificativa para cada mudança da normatização são indispensáveis para que se verifique a observância ao princípio da transparência dos atos da Administração Pública.

Ademais, a ANCINE, para que suas ações atendam devidamente ao princípio da motivação, deve realizar e observar uma Análise de Impacto Regulatório (AIR), a fim de verificar e informar ao mercado a exata abrangência das alterações normativas propostas.

Lembramos que, como versa a Resolução da Diretoria Colegiada da ANCINE nº. 52, a análise de impacto é um instrumento de racionalização administrativa e transparência processual, de modo que ao deixar de realizar tal estudo esta Agência não cumpriu com os seus próprios regulamentos, uma vez que a Resolução supramencionada faculta a não realização da AIR apenas nos casos de tramitação em caráter de urgência, atualização de texto, ou quando se tratar de iniciativa de baixa complexidade, o que sabidamente não é o presente caso, que trazem mudanças importantes para os administrados sujeitos às normas da ANCINE:

Art. 2º. A instrução do processo contendo Proposta de Ação – PA e Análise de Impacto – AI, nos termos desta Resolução, é requisito de admissibilidade para a deliberação de proposta de ato normativo pela Diretoria Colegiada.

Parágrafo único. Fica facultado à Diretoria Colegiada decidir pela não realização de Análise de Impacto nas seguintes hipóteses:

- I – tramitação em caráter de urgência;
- II – atualização de texto ou correção de erro formal em norma preexistente;
- III – iniciativa de baixa complexidade. (Redação dada pelo artigo 2º da RDC nº 61)

Verifica-se, portanto, que nenhum dos requisitos de dispensa é atendido. O novo texto proposto nesta Consulta Pública traz novas disposições e obrigações, não se tratando de mera atualização.

A matéria aqui tratada requer análise e estudos aprofundados devido ao seu grau de complexidade, uma vez que versa sobre questões sensíveis ao mercado audiovisual, inclusive de caráter tributário, e sua tramitação não requer urgência, pelo contrário, requer parcimônia em sua análise.

Ademais, a simples dispensa com base em qualquer destes requisitos não atendidos, sem a apresentação de justificativa evidencia a ausência de publicidade dos atos relativos a esta Consulta Pública, uma vez que a tal justificativa deve ser fornecida, por força do **Art. 5º da Resolução n.º 52**:

Art. 5º. A área interessada na edição ou revisão de ato normativo deverá encaminhar previamente processo administrativo, instruído com Proposta de Ação, à Diretoria Colegiada, para fins de avaliação da proposta.

Parágrafo único. A Proposta de Ação, apresentada no Anexo I desta Resolução, deverá conter, ao menos:

(...)

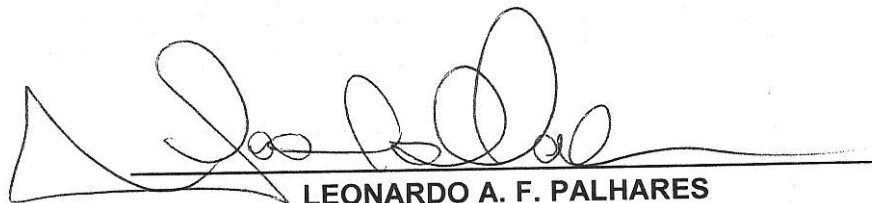
V – apresentação de justificativa em caso de não necessidade de realização da Análise de Impacto Regulatório, consideradas as hipóteses do parágrafo único do artigo 2º. (Redação dada pelo artigo 2º da RDC nº 61)

A ANCINE possui uma ambiciosa e árdua tarefa de regulamentar e fiscalizar o mercado audiovisual brasileiro, mas, nesta proposta, acreditamos que esteja sacrificando determinadas normas e princípios constitucionais norteadores da ordem econômica e tributária, em detrimento de um exacerbado anseio arrecadatário e regulatório, conforme veremos pontualmente abaixo.

Dessa forma, a camara-e.net passa às suas colocações, no espírito de contribuir com esta Consulta Pública, por considerar que ela é de extrema relevância ao setor, e espera que suas considerações sejam analisadas observando-se os **princípios da proporcionalidade, razoabilidade, transparência, mínima intervenção e adequação, garantindo, assim, segurança jurídica aos administrados, transparência e respeito à Constituição Federal,** preceitos estes aos quais os atos da Administração Pública devem se pautar, buscando o crescimento e fortalecimento do mercado audiovisual brasileiro, em todos os seus segmentos.

Sem mais para o momento, renovamos nossos votos de estima e aproveitamos esta oportunidade para parabenizar a ANCINE pela iniciativa de debate público sobre este tema, que é de fundamental relevância para o setor.

Cordialmente,



LEONARDO A. F. PALHARES
Presidente da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico

ANEXO I – SUGESTÕES DE MUDANÇA

Artigo original

Sugestão

Justificativa

Conforme mencionado acima, o Mercado de Audiovisual no Brasil é regido, nos termos da lei, pelos princípios constitucionais da livre concorrência e mínima intervenção estatal de sorte que cabe ao regulador estabelecer os limites balizadores de atuação do mercado e não a criação de obstáculos ao seu desenvolvimento. (Art. 3º Lei 12.485/2011)

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.”

Em sentido contrário ao mandamento legal, a ANCINE propõe a criação da conceituação de “Publicidade Audiovisual na Internet” sem fazer qualquer exposição de motivos, obrigatória em sua atuação (Art. 2º Lei 9.784/1999) e sem expressamente especificar quais são as resoluções, números, datas, teor das decisões que utiliza para embasar tal modificação, impedindo, desta forma, que façam contribuições.

Ademais, ao criar tal conceito específico, a ANCINE deixa de considerar a natureza global da internet, caracterizada, essencialmente, pela inovação e pelo consequente dinamismo no desenvolvimento de novos modelos de negócios. É um mercado atípico que está sempre em constante desenvolvimento e aperfeiçoamento.

Necessário salientar que eventuais restrições que venham a ser impostas pelo legislador devem ser estabelecidas com cautela, de forma adequada, observando-se a necessidade de sua imposição e a proporcionalidade relativa aos fins a que se destinam, jamais podendo comprometer o núcleo essencial da liberdade. Portanto, a interferência do Estado em direitos fundamentais deve ser pautada por um rígido controle, garantindo-se proteção ao valor constitucional contra desvios ou arbitrios estatais, não havendo discricionariedade administrativa quando se trate de imposição de restrições às liberdades.

A inclusão deste inciso XXVIII-A significa um intervencionismo despropositado na atividade empresarial, caracterizando-se como um excesso na regulação, que prejudica o curso do processo de evolução tecnológica, inibindo o surgimento de inovações, que dão origem a novos modelos de negócios. Tal intervencionismo estatal exacerbado, desta feita, acaba por desestimular a instalação de empresas no País, as quais são potencialmente consideráveis fontes de renda e emprego, tão necessários diante da crise econômica vivida atualmente.

Importante esclarecer que a camara-e.net não está afirmando que uma lei não possa servir ao futuro, mas argumenta que o princípio da legalidade, em tema de limitações a direitos fundamentais, requer

perfeita correspondência entre o critério material previsto na norma em abstrato e o evento ocorrido no mundo fático.

Necessário reconhecer que as inovações tecnológicas no mundo globalizado no qual nos encontramos são extremamente relevantes, a ponto de produzirem impactos sobre os preços, o funcionamento das empresas, as estruturas de mercados, podendo afetar ou beneficiar os consumidores. É indispensável perceber que uma inovação pode possibilitar que direitos fundamentais sejam exercidos em sua decorrência. Inovações apresentam, assim, desafios para o Direito, afetando o próprio Estado, que tem deveres de regular, fiscalizar, prevenir e reprimir abusos.

Desta feita, o Direito cumpre papel extremamente relevante em contextos de mudanças, de inovações, pois deve ser capaz de prestigiá-las quando geram desenvolvimento. Uma regulação excessiva ou ineficiente, que não perceba o novo, que engesse a sociedade nos rótulos já conhecidos pode representar uma barreira enorme ao progresso econômico, científico e social.

Nessa linha de raciocínio, é preciso ter sensibilidade para compreender que a internet impactou sob diversas vertentes as relações sociais e econômicas, permitindo uma gama imensa de novos segmentos de atividade econômica.

A excessiva intervenção estatal no mercado de internet, pela imposição de ônus desmesurados, desproporcionais e incompatíveis com a sua natureza, pode acarretar a própria inviabilidade do negócio, com graves reflexos aos consumidores e ao próprio objetivo da ANCINE, que é o fomento da indústria audiovisual nacional. Nesse cenário, é possível que ocorra uma fuga de investimentos do País pelo excesso de regulação e imposição de restrições, o que iria de encontro ao próprio crescimento e desenvolvimento da internet do Brasil, eis que como agentes econômicos tais empresas buscam ofertar seus serviços adequadamente, prestando sua atividade em conformidade com as leis, com a segurança jurídica necessária à viabilidade de seu modelo de negócios.

Assim, não se justifica a inclusão de conceito tão específico na regulamentação quando não há qualquer questão que demande uma ação da ANCINE (princípio da livre iniciativa).

A proposta de alteração apresentada pela ANCINE, ao incluir a "Publicidade Audiovisual na Internet" dentre os segmentos de mercado situados no campo de incidência da CONDECINE, viola o princípio da estrita legalidade tributária, previsto no artigo 150, inciso I da Constituição Federal, o qual estabelece que é vedada a cobrança de tributo sem lei que o estabeleça.

Criado o tributo - por lei em sentido estrito -, com as especificações de seu fato gerador, base de cálculo e contribuintes, a interpretação da norma deverá se dar de forma restrita e sistemática, sem interpretações extensivas e com estrita observância à legalidade.

A CONDECINE é uma contribuição de intervenção do domínio econômico, criada pela MP nº 2228-1/01, que possui como fato gerador a veiculação, a produção, o licenciamento e a distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas com fins comerciais, por segmento de mercado a que forem destinadas; a 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 veiculação ou distribuição de obra audiovisual publicitária incluída em programação internacional, nos casos em que existir participação direta de agência de publicidade nacional, sendo tributada nos mesmos valores atribuídos quando da veiculação incluída em programação nacional, bem como o pagamento, o crédito, o emprego, a remessa ou a entrega, aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, de importâncias relativas a rendimento decorrente da exploração de obras cinematográficas e videofonográficas ou por sua aquisição ou importação, a preço fixo.

O legislador, ao editar a citada Medida Provisória, determinou que os segmentos de mercado tributados são: **(a)** salas de exibição; **(b)** vídeo doméstico, em qualquer suporte; **(c)** serviço de radiodifusão de sons e imagens; **(d)** serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura; e **(e)** outros mercados. Quanto à conceituação de "Outros Mercados", a MP é omissa o que torna impossível a cobrança e exigibilidade da contribuição quanto a este segmento, diante da lacuna normativa.

Quisera o legislador incluir o segmento de internet dentro do conceito "Outros Mercados" o teria feito em alterações posteriores à MP, o que não ocorreu.

A lei tributária (MP nº 2228-1/2001) deve ser interpretada de forma literal e estrita, uma vez que o princípio da interpretação literal da lei tributária visa evitar interpretações amplas, analógicas ou restritivas além da vontade da lei.

Art. 2º. A Instrução Normativa nº 95/2011 passa a vigorar com as seguintes inclusões:

"Art. 24.....

§2º

V – Publicidade audiovisual na Internet." (NR)"

A camara-e.net sugere a manutenção do texto vigente do art. 1º da IN 95/2011 e a não inclusão do conceito estabelecido no inciso V.

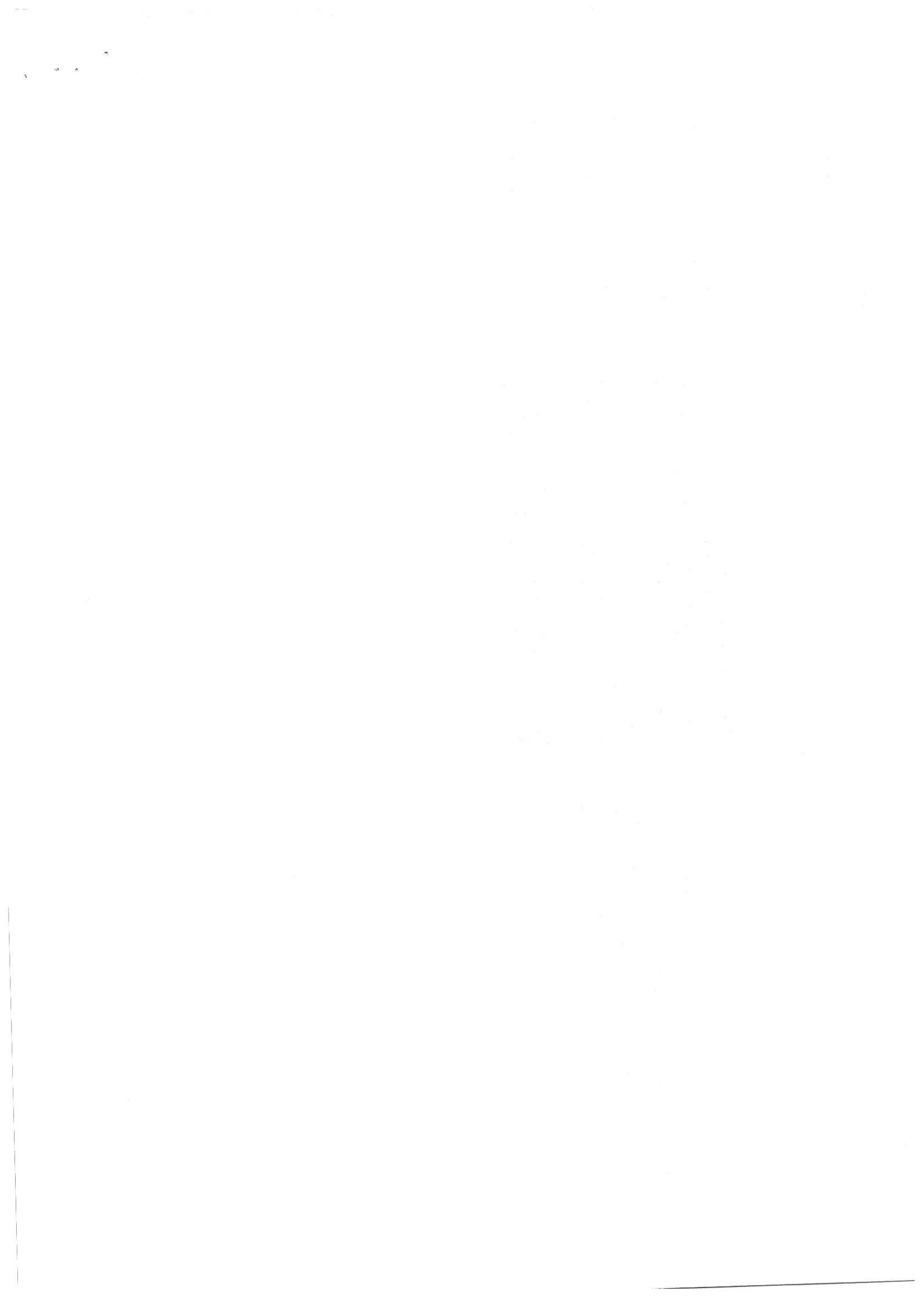
A ANCINE é uma Agência Reguladora que possui competências regulamentares, fiscalizadoras e arrecadatórias, não possuindo, no entanto, qualquer competência legislativa para disciplinar o tema referente à incidência tributária da CONDECINE sobre "Outros Mercados", sendo esta matéria privativa de lei federal, que não pode ser tratada por mera Instrução Normativa, uma vez que sua natureza jurídica é estritamente regulamentar, não sendo-lhe possível criar tributos, alargar bases de cálculo ou ampliar hipóteses de incidência tributária, como é o caso.

A ilegalidade decorrente da ampliação da hipótese de incidência resta clara. Pretende esta Agência, ao inserir o inciso V ao art. 24 da IN nº 95/2011, proceder à inclusão da Publicidade Audiovisual na Internet dentre as hipóteses de incidência da CONDECINE, no entanto, sem a respectiva base legal (lei em sentido estrito) que estabeleça justifique a citada incidência.

Instruções Normativas são espécies jurídicas de caráter secundário, cuja validade e eficácia resultam, imediatamente, de sua estrita observância dos limites impostos pelas leis as quais elas se encontram vinculadas, razão pela qual não podem modificar ou ampliar a referida lei a pretexto de a estarem regulando.

A Instrução Normativa não é o instrumento adequado para que seja inserido o segmento de internet no campo de incidência da CONDECINE. É necessária a edição de uma lei que conceitue o segmento relativo a "Outros Mercados" e estabeleça sua subsunção à hipótese tributária. Do contrário, não poderá ela ser exigida das empresas que atuam no setor. No sentido de complementariedade das Instruções Normativas e seu caráter meramente regulamentar, já se manifestou o Superior Tribunal de Justiça, conforme Anexo II.

Dessa forma, considerando que o administrador público não pode, mediante mero ato administrativo, conceder direitos, estabelecer obrigações ou impor proibições aos cidadãos, em contrariedade às disposições legais em vigor, consideramos que deve a ANCINE retirar a inserção proposta, em observância às normas tributárias constitucionais indicadas, abstenendo-se de atuar, dessa forma, de maneira arbitrária, no anseio de sempre aumentar a regulação e arrecadação do mercado audiovisual.



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 estrará em vigor 90 (noventa) dias após sua publicação.

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

Caso não seja acatada a sugestão anterior e seja inserido o inciso V, ao art. 24 da IN nº 95/2016, 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.

Considerando-se que, provavelmente, quando da publicação das alterações propostas por esta Agência, submetidas à presente Consulta Pública, restarão menos de noventa dias para o término do exercício financeiro de 2016, sugere-se a redação ao lado.

ANEXO II – JURISPRUDÊNCIA DO SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTIÇA

I. AgRg no REsp 1310284/PR, Rel. Ministro Humberto Martins, Segunda Turma, julgado em 06/09/2012, DJe 17/09/2012)

“TRIBUTÁRIO E PROCESSUAL CIVIL. VIOLAÇÃO DO ART. 557 DO CPC. INEXISTÊNCIA. ALEGAÇÃO GENÉRICA. SÚMULA 284/STF. COFINS. REGIME DE CONTRIBUIÇÃO. LEI N. 10.833/03. INSTRUÇÃO NORMATIVA 468/2004. VIOLAÇÃO DO PRINCÍPIO DA LEGALIDADE.
(...)

2. A Secretaria da Receita Federal, por meio da Instrução Normativa 468/04, ao definir o que é "preço predeterminado", estabeleceu que "o caráter predeterminado do preço subsiste somente até a implementação da primeira alteração de preços" e, assim, acabou por conferir, de forma reflexa, aumento das alíquotas do PIS (de 0,65% para 1,65%) e da COFINS (de 3% para 7,6%).

3. Somente é possível a alteração, aumento ou fixação de alíquota tributária por meio de lei, sendo inviável a utilização de ato infralegal para este fim, sob pena de violação do princípio da legalidade tributária. Precedentes: REsp 1.089.998-RJ, DJe 30/11/2011; REsp 1.109.034-PR, DJe 6/5/2009; e REsp 872.169-RS, DJe 13/5/2009.

4. Agravo regimental improvido.”

II. Agravo interno a que se nega provimento.” (AgInt no REsp 1323295/DF, Rel. Ministro Sérgio Kukina, Primeira Turma, julgado em 26/04/2016, DJe 11/05/2016)

“AGRAVO INTERNO NO RECURSO ESPECIAL. SERVIDOR PÚBLICO. AUXÍLIO-TRANSPORTE. MEDIDA PROVISÓRIA 2.165-36/2001. PAGAMENTO DO BENEFÍCIO MEDIANTE DECLARAÇÃO DO BENEFICIÁRIO. INSTRUÇÃO NORMATIVA DO DEPARTAMENTO DE POLÍCIA RODOVIÁRIA. EXIGÊNCIA DE APRESENTAÇÃO DO BILHETE DE PASSAGEM. INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 05/2002 DO DEPARTAMENTO DE POLÍCIA RODOVIÁRIA FEDERAL. LEGALIDADE.

1. O aresto regional está em sintonia com a orientação jurisprudencial do Superior Tribunal de Justiça, firme no sentido de que os atos normativos infralegais, como as instruções normativas, não podem inovar no ordenamento jurídico, impondo restrições que a Lei federal não previu ou autorizou, devendo manter-se subordinadas ao texto legal (AgRg no REsp 1230633/RN, Relator Ministro HAMILTON CARVALHIDO, DJe 29/03/2011).

2. Agravo interno a que se nega provimento.”

SOBRE A CÂMARA BRASILEIRA DE COMÉRCIO ELETRÔNICO

A camara-e.net foi fundada em 2001 e fez de sua missão e objetivo promover o desenvolvimento da Economia Digital de maneira sustentável. É, atualmente, a principal entidade multissetorial da América Latina e entidade brasileira de maior representatividade da Economia Digital. O seu papel tem sido fundamental para a promoção da segurança nas transações eletrônicas, a formulação de políticas públicas alinhadas aos anseios da sociedade moderna e, especialmente, para o aprimoramento de marcos regulatórios setoriais que dão suporte legal às medidas de incentivo necessárias ao desenvolvimento de nosso país. A camara-e.net visa, para além do fomento dos negócios digitais, o incentivo à inovação, a geração de conhecimento e o desenvolvimento sustentável da Economia Digital.

Compõem seu quadro de associados os mais relevantes nomes de diversos setores da economia digital, incluindo provedores de conteúdo e de serviços na internet, empresas de meios de pagamento e certificação digital, mídias sociais, bancos, lojas, entre outros.