

MANUAL

REGISTRO DE OBRA PUBLICITÁRIA BRASILEIRA FILMADA OU GRAVADA NO BRASIL

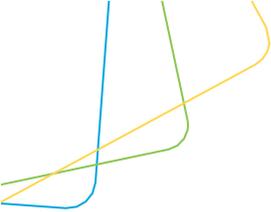
Versão 1.0

Superintendência de Registro

nov.2025

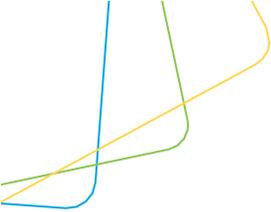


Agência Nacional
do Cinema



SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	3
2. DOCUMENTAÇÃO NECESSÁRIA	4
3. SISTEMA ANCINE DIGITAL	4
4. REGISTRO DE OBRAS PUBLICITÁRIAS BRASILEIRAS FILMADAS NO BRASIL	5
4.1. Acessando o módulo de registro de obras publicitárias	5
4.2. Formulário para registro de obras publicitárias brasileiras	6
5. LEGISLAÇÃO APLICÁVEL	21
6. CONTATOS	21
ANEXO I – Tabela de Valores da CONDECINE	22



1. INTRODUÇÃO

O presente manual busca orientar o agente econômico regularmente registrado na ANCINE quanto ao procedimento de solicitação do Certificado de Registro de Título – CRT para obras audiovisuais publicitárias brasileiras.

Considera-se **obra publicitária brasileira filmada ou gravada no Brasil** aquela produzida por empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário, realizada por diretor brasileiro ou estrangeiro residente no País há mais de 3 (três) anos, e que utilize para sua produção, no mínimo, 2/3 (dois terços) de artistas e técnicos brasileiros ou estrangeiros residentes no Brasil há mais de 5 (cinco) anos (art. 2º, inciso XIII da [Instrução Normativa ANCINE nº 171/2025](#)).

Para ser considerada uma **empresa produtora brasileira de conteúdo publicitário**, a pessoa jurídica deve ser constituída sob as leis brasileiras, ter sede e administração no País, e a maioria do seu capital total e votante deve ser de titularidade direta ou indireta de brasileiros natos ou naturalizados há mais de 5 (cinco) anos, os quais devem exercer de fato e de direito o poder decisório da empresa (art. 2º, inciso VII da [Instrução Normativa ANCINE nº 171/2025](#)).

ATENÇÃO!

Por definição legal, as obras publicitárias brasileiras devem ser realizadas por **empresa produtora**. Desta forma, obras publicitárias realizadas por pessoas naturais (pessoas físicas) não podem ser classificadas como brasileiras.



2. DOCUMENTAÇÃO NECESSÁRIA

Os requerimentos de registro de obras publicitárias brasileiras filmadas ou gravadas no Brasil devem ser acompanhados do envio eletrônico de cópia dos seguintes documentos:

- a) cópia do contrato de produção ou instrumento equivalente capaz de comprovar a relação jurídica contratual entre a empresa produtora brasileira e o contratante;
- b) cópia da nota fiscal ou documento de natureza contábil equivalente capaz de atestar o efetivo recebimento dos valores relativos aos serviços de produção;
- c) cópia(s) do(s) contrato(s) firmado(s) com o(s) diretor(es) da obra ou instrumento(s) equivalente(s) capaz(es) de comprovar a relação jurídica contratual entre a empresa produtora e o(s) diretor(es); e
- d) cópia do contrato de cessão de direitos, ou documento equivalente, no caso de utilização de conteúdos audiovisuais produzidos por terceiros.

3. SISTEMA ANCINE DIGITAL

O registro de obras publicitárias é realizado no [Sistema Ancine Digital - SAD](#). O sistema pode ser acessado no seguinte endereço eletrônico: <https://sad.ancine.gov.br>

A produtora deve acessar o sistema informando seu login (CNPJ sem pontos nem traços) e senha. Quando for o caso, poderá obter nova senha clicando em “Esqueci o Usuário/senha”.

Apenas empresas devidamente registradas junto à ANCINE e com registro em situação REGULAR podem requerer o registro de obras audiovisuais.

→ Caso a produtora ainda não esteja registrada, acesse a seção de [Registro de Agentes Econômicos](#) do Portal da ANCINE para saber como se registrar.

→ Caso a empresa esteja com o registro e situação irregular (expirado), acesse a seção de [Revalidação do Registro de Agentes Econômicos](#) do Portal da ANCINE para saber como proceder.

4. REGISTRO DE OBRAS PUBLICITÁRIAS BRASILEIRAS FILMADAS NO BRASIL

O requerimento do Certificado de Registro de Título (CRT) para obras publicitárias brasileiras é um procedimento realizado em **DUAS ETAPAS**.

A **primeira etapa** é o cadastro da obra no módulo de registro de obras publicitárias do [Sistema Ancine Digital – SAD](#), com a anexação da documentação necessária ao registro (ver item 2 do presente manual).

A **segunda etapa** é o pagamento da GRU gerada após a submissão do registro.

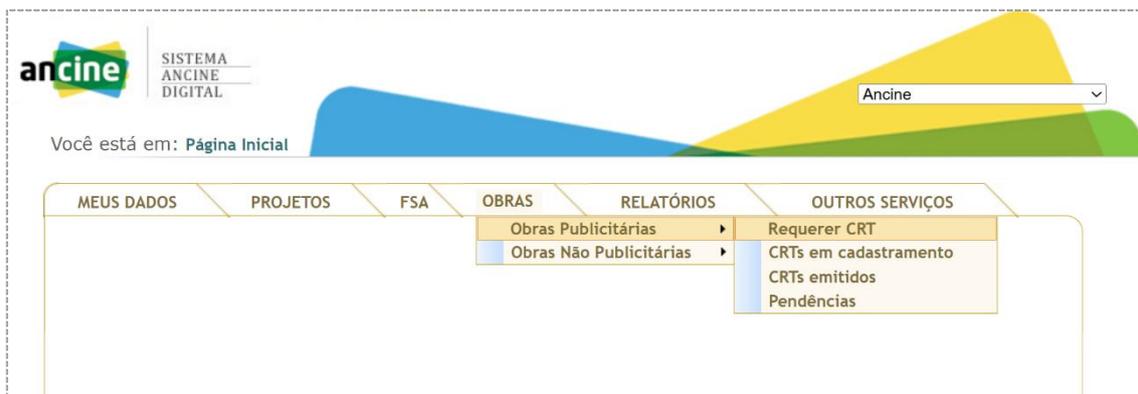
ATENÇÃO!

Para as obras publicitárias brasileiras filmadas/gravadas no Brasil, a emissão do número do Certificado de Registro de Título – CRT ocorre automaticamente, logo após o envio do requerimento de registro.

4.1. ACESSANDO O MÓDULO DE REGISTRO DE OBRAS PUBLICITÁRIAS

Para dar início à solicitação de registro de uma obra publicitária, acesse o [Sistema Ancine Digital – SAD](#) com seu login (CNPJ sem pontos nem traços) e senha.

No menu “OBRAS”, selecione a opção “Obras Publicitárias” e depois “Requerer CRT”.



ATENÇÃO!

Caso o menu “OBRAS” não esteja disponível, significa que o registro da produtora está expirado. Acesse a seção [Revalidação do Registro de Agentes Econômicos](#) para saber como solicitar a regularização.

4.2. FORMULÁRIO PARA REGISTRO DE OBRAS PUBLICITÁRIAS BRASILEIRAS

Tela 1 (DADOS BÁSICOS): informe os dados para identificação da obra publicitária: título, produto ou serviço anunciado, tipo, duração, número de versões (se houver) e classificação.

The screenshot shows the 'SISTEMA ANCINE DIGITAL' interface. At the top left is the 'ancine' logo. To its right, it says 'SISTEMA ANCINE DIGITAL'. In the top right corner, there is a dropdown menu with 'Ancine' selected. Below the header, a breadcrumb trail reads 'Você está em: Página Inicial > DADOS BÁSICOS'. The main content area is titled 'OBRAS PUBLICITÁRIAS - DADOS BÁSICOS' and features a progress indicator with steps 1 through 9, where step 1 is highlighted. The form is titled 'Dados do Requerente' and contains the following fields: 'CPF / CNPJ' and 'Nome ou Razão Social / Denominação' (text inputs); 'Título *' (text input); 'Produto ou Serviço Anunciado *' (text input); 'Tipo *' (dropdown menu) with a checkbox for 'Destinada ao Varejo'; 'Duração' section with 'Horas', 'Minutos', 'Segundos *', and 'Ano de Produção ou Adaptação *' (text inputs); 'Existe Versão para o Título ? *' (radio buttons for 'Não' and 'Sim', with 'Sim' selected); 'Versões a Serem Registradas' section with 'De *' and 'A *' (text inputs); and 'Quantidade Total de Versões Contratadas *' (text input). At the bottom, there is a 'Classificação *' dropdown menu and a green 'AVANÇAR' button.

→ Os quadros a seguir fornecerão maior detalhamento sobre cada campo do formulário:

- Quadro 1** – Tipos de obras publicitárias;
- Quadro 2** – Destinação ao segmento de varejo;
- Quadro 3** – Versões de obra publicitária;
- Quadro 4** – Número máximo de versões permitido em cada registro.

QUADRO 1 – TIPOS DE OBRAS PUBLICITÁRIAS

No menu de seleção do tipo da obra publicitária, a produtora deverá escolher uma das 4 (quatro) opções abaixo:

Tipo *

- COMUM
- PERÍODO DE 24HS INSERIDO EM CANAL TELEVENDA / INFOMERCIAL
- TELEVENDA / INFOMERCIAL
- CARÁTER BENEFICENTE / FILANTRÓPICO

OBRA PUBLICITÁRIA COMUM: definição excludente, ou seja, é considerada COMUM a obra publicitária que não se enquadra nas outras tipologias.

PERÍODO DE 24 HORAS INSERIDO EM CANAL DE TELEVENDA/INFOMERCIAL: são as obras exibidas em canais de programação dedicados exclusivamente à comunicação pública de obras do tipo televenda/infomercial, nos quais seja impossível distinguir os limites entre cada obra no conteúdo audiovisual comunicado. Nesse caso, será considerado como obra única o conteúdo veiculado em um período de 24 (vinte e quatro) horas corridas, contadas a partir das 0h00m (zero horas e zero minutos) de cada dia.

OBRA DO TIPO TELEVENDA OU INFOMERCIAL: obra audiovisual publicitária unicamente destinada à oferta de produtos ou serviços, sendo ou não apresentada na forma de programas televisivos, realizada em troca de pagamento e difundida diretamente ao público.

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

ATENÇÃO!

Não é possível registrar versões para obras publicitárias beneficentes/filantrópicas, e nem para obras do tipo “Período de 24 horas inserido em canal de televenda/infomercial”.

QUADRO 2 – DESTINAÇÃO AO SEGMENTO DE VAREJO

Considera-se que a obra audiovisual publicitária é destinada ao varejo quando sua principal finalidade é a oferta de produtos ou serviços para venda direta ao consumidor final, com indicação expressa de preços ou condições de aquisição e de locais de venda determinados. Tradicionalmente, são as obras publicitárias que apresentam ofertas com indicação de preços, como as peças publicitárias de redes varejistas, supermercados, concessionárias, dentre outros.

QUADRO 3 – VERSÕES DE OBRA PUBLICITÁRIA

Considera-se versão de obra audiovisual publicitária aquela que observa cumulativamente as seguintes condições:

- a) ser **edição, ampliada ou reduzida em seu tempo de duração, realizada a partir de obra audiovisual publicitária original, ou ser adaptação de obra audiovisual original, desde que restrita apenas à substituição da imagem do objeto anunciado ou letreiros;**
- b) ser produzida sob o mesmo contrato de produção ou sob termos aditivos ao contrato original;
- c) ser **baseada no mesmo roteiro e argumento** da obra audiovisual publicitária original da qual derivou; e
- d) ser produzida para o mesmo anunciante, ainda que editada por terceiros.

Pelo conceito, percebe-se que, **para que uma obra seja considerada versão, é imprescindível que seja derivada de uma obra publicitária considerada original.**

ATENÇÃO!

→ Não são necessariamente consideradas versões todas as peças produzidas no âmbito de uma mesma campanha publicitária, ainda que realizadas com os mesmos atores e no mesmo cenário. **Para que sejam consideradas versões, as obras devem seguir o mesmo roteiro e argumento, devendo ser possível afirmar categoricamente qual é a obra original das quais as demais tenham sido derivadas. Desta forma, a presença de cenas inéditas ou diálogos distintos descaracteriza a obra publicitária como versão, fazendo surgir a obrigatoriedade de realização de registro em separado, com novo recolhimento da CONDECINE.**

QUADRO 4 – NÚMERO MÁXIMO DE VERSÕES PERMITIDO EM CADA REGISTRO

O número de versões desejado deverá ser informado no momento do requerimento de registro da obra audiovisual publicitária original. As versões serão consideradas um só título juntamente com a obra original para efeito do pagamento da CONDECINE, e ficam limitadas a:

- I – 5 (cinco), no caso de obras audiovisuais publicitárias em geral; e
- II – 50 (cinquenta), no caso de obras audiovisuais publicitárias destinadas ao varejo.

Caso a requerente necessite de mais versões do que os limites indicados acima, deverá realizar registro(s) de título(s) adicional(is) da obra original até atingir o número de versões desejado.

Exemplo: Caso uma obra publicitária comum possua 08 (oito) versões, será necessário solicitar dois registros em separado, pois cada um dá direito a apenas 05 (cinco) CRTs de versão. Nesta hipótese, o campo “quantidade total de versões contratadas” será o mesmo em todos os registros (oito versões), mas as versões registradas serão diferentes em cada requerimento, conforme abaixo:

Primeiro registro, contemplando as versões 01 a 05

Versões a Serem Registradas	Quantidade Total de Versões
De * 01 A * 05	Contratadas * 08

Segundo registro, contemplando as versões 06 a 08

Versões a Serem Registradas	Quantidade Total de Versões
De * 06 A * 08	Contratadas * 08

Tela 2 (AGÊNCIA DE PUBLICIDADE / ANUNCIANTE): informe os dados da agência de publicidade responsável pela realização da campanha publicitária (se houver) e do anunciante.

→ Caso tenha ocorrido contratação direta entre o anunciante e a empresa produtora, assinale o checkbox para indicar que não houve intermediação de agência de publicidade.

The screenshot shows the 'AGÊNCIA DE PUBLICIDADE / ANUNCIANTE' screen in the Ancine system. At the top left is the 'ancine' logo and 'SISTEMA ANCINE DIGITAL'. A breadcrumb trail reads 'Você está em: Página Inicial > AGÊNCIA DE PUBLICIDADE / ANUNCIANTE'. Below this is a navigation bar with steps 1 through 9, where step 2 is active. The main content area is titled 'OBRAS PUBLICITÁRIAS - AGÊNCIA DE PUBLICIDADE / ANUNCIANTE'. It features a checkbox labeled 'Não existe intermediação de Agência de Publicidade'. Below this are two tables. The first table is for 'AGÊNCIA' and the second for 'ANUNCIANTE'. Both tables have columns for 'CPF/CNPJ', 'Nome ou Razão Social/ Denominação', 'País', and 'Ação'. Below each table, it says 'Quantidade de Registros Retornados: 0'. There are 'ADICIONAR' buttons to the right of each table. At the bottom right, there are 'VOLTAR' and 'AVANÇAR' buttons.

Ao selecionar a opção “ADICIONAR”, a tela irá se expandir para que sejam inseridas as informações sobre a agência de publicidade e o anunciante.

Antes de clicar em “AVANÇAR”, não se esqueça de salvar as informações.

Tela 3 (EMPRESA PRODUTORA): Por padrão, a empresa produtora será a requerente do registro da obra publicitária. Caso a obra tenha sido realizada em coprodução com outra(s) empresa(s) produtora(s) brasileira(s), informe os dados da(s) coprodutora(s) da obra.

→ Nesta tela deve ser informado o custo de produção total da obra publicitária.

→ Deverão ser anexados dois documentos obrigatórios para o registro:

- Cópia do contrato de produção ou instrumento equivalente capaz de comprovar a relação jurídica contratual entre a empresa produtora brasileira e o contratante;
- Cópia da nota fiscal ou documento de natureza contábil equivalente capaz de atestar o efetivo recebimento dos valores relativos aos serviços de produção.

→ Os documentos anexados devem ser capazes de permitir a identificação da obra e dos serviços prestados pela empresa produtora:

- A nota fiscal e o contrato de produção devem mencionar o título da obra publicitária à qual se referem (não serão aceitos documentos genéricos e sem objeto);
- O contrato de produção deve também discriminar o anunciante, a agência de publicidade e os serviços efetivamente prestados pela produtora, além de ser capaz de corroborar as informações relativas à obra publicitária constantes no requerimento de registro, como o número de versões, secundagem, segmento(s) de mercado e localidades onde haverá a exploração comercial da obra.

ancine SISTEMA ANCINE DIGITAL Ancine

Você está em: Página Inicial > EMPRESA PRODUTORA

OBRAS PUBLICITÁRIAS - EMPRESA PRODUTORA

1. > 2. > 3. > 4. > 5. > 6. > 7. > 8. > 9.

Custo de Produção *
 Anexar Notas Fiscais ANEXAR DOCUMENTO Anexar Documento
Anexar Contrato de Produção ANEXAR DOCUMENTO Anexar Documento

EMPRESA PRODUTORA

CNPJ	RAZÃO SOCIAL/DENOMINAÇÃO	N° Contrato	Ação
Quantidade de Registros Retornados: 1			

ADICIONAR

VOLTAR AVANÇAR

ATENÇÃO!

Os valores da CONDECINE ficam reduzidos a 10% (dez por cento), quando se tratar de obra publicitária brasileira realizada por microempresa ou empresa de pequeno porte, e que tenha tido custo de produção não superior a R\$ 10.000,00 (dez mil reais).

Para análise do direito ao benefício tributário, **são contabilizados no custo de produção todo e qualquer aporte financeiro ou investimento, realizado pela produtora ou por terceiros** de qualquer natureza, em todas as etapas de produção da obra, **incluindo os gastos com:**

- I - conteúdo produzido sob encomenda da própria produtora, da agência ou do anunciante que passe a integrar a obra audiovisual finalizada;
- II - contratação de talentos participantes da obra;
- III - aquisição de conteúdo audiovisual proveniente de banco de imagens que passe a integrar a obra finalizada.

Tela 4 (DIRETOR): informe os dados do(a) diretor(a) responsável pela obra publicitária.

→ Nesta aba deverá ser anexado o contrato de direção ou instrumento equivalente capaz de comprovar a relação jurídica contratual entre a empresa produtora e o(s) diretor(es) da obra publicitária. O documento deverá estar assinado pelo diretor e pela produtora, além de mencionar o título da obra e os serviços efetivamente prestados pelo profissional.

→ Caso algum diretor seja estrangeiro, deverá ser apresentado também um comprovante capaz de atestar sua residência no Brasil há mais de 3 (três) anos.

ancine SISTEMA ANCINE DIGITAL

Ancine

Você está em: Página Inicial > DIRETOR

OBRAS PUBLICITÁRIAS - DIRETOR

1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9.

Diretor				
CPF	Nome	Nacionalidade	N° Contrato	Ação
Quantidade de Registros Retornados: 0				

ADICIONAR

Nacionalidade *

Brasileiro Estrangeiro Estrangeiro Residente no Brasil

CPF * N° RNE

Gênero *

Masculino Feminino

Nome

País de Origem Estrangeiro residente no país desde

Comprovante de residência no Brasil: **ANEXAR DOCUMENTO** Anexar Documento

Anexar Contrato de Direção: **ANEXAR DOCUMENTO** Anexar Documento

SALVAR INFORMAÇÕES

VOLTAR **AVANÇAR**

Tela 5 (EQUIPE TÉCNICA E ARTÍSTICA): informe os dados da equipe técnica responsável pela realização da obra publicitária.

→ Deverão ser informados todos os profissionais que tenham atuado na produção da obra, nas seguintes funções: ator, roteirista, produtor executivo, diretor de produção, assistente de direção, diretor de fotografia, operador de câmera, diretor de arte, produtor de objetos, cenógrafo, cenotécnico, coreógrafo, figurinista, aderecista, maquiador, colorista, técnico de som direto, técnico de efeitos especiais, eletricitista chefe, maquinista chefe, editor/montador, técnico de finalização de imagem, diretor de animação, diretor de arte (animação), supervisor de modelagem (animação), animador, modelador 3D (animação), diretor de fotografia 3D (animação), designer gráfico (animação), diretor de gravação de voz, locutor, compositor de trilha original, desenhista de som, editor de som e mixador de som.

→ Todos os artistas e técnicos que participaram da produção devem ser informados no registro, inclusive os estrangeiros.

The screenshot shows the 'SISTEMA ANCINE DIGITAL' interface. At the top, there is a logo for 'ancine' and a dropdown menu set to 'Ancine'. Below the header, a breadcrumb trail reads 'Você está em: Página Inicial > Equipe Técnica e Artística'. The main content area is titled 'OBRAS PUBLICITÁRIAS - Equipe Técnica e Artística' and features a progress bar with steps 1 through 9, where step 5 is highlighted. A table with columns 'CPF', 'Nome', 'Função', 'Nacionalidade', and 'Ação' is present, with an 'ADICIONAR' button to its right. Below the table, there are several form fields: 'Função *' with a dropdown menu, 'Nacionalidade *' with radio buttons for 'Brasileiro', 'Estrangeiro', and 'Estrangeiro Residente no Brasil', 'CPF *' and 'Nº RNE' input fields, 'Gênero *' with radio buttons for 'Masculino' and 'Feminino', 'Nome' input field, 'País de Origem' dropdown, and 'Estrangeiro residente no país desde' input field. At the bottom, there are buttons for 'ANEXAR DOCUMENTO', 'Anexar Documento' (with a red X icon), 'SALVAR INFORMAÇÕES', 'VOLTAR', and 'AVANÇAR'.

Tela 6 (CONTEÚDO DE TERCEIROS): informe a aquisição e utilização de conteúdo audiovisual produzido por terceiros na produção da obra.

→ Caso a obra não use conteúdo de terceiros, assinale o checkbox para informar que não houve tal aquisição.

ancine SISTEMA ANCINE DIGITAL Ancine

Você está em: Página Inicial > CONTEÚDO DE TERCEIROS

OBRAS PUBLICITÁRIAS - CONTEÚDO DE TERCEIROS

1. > 2. > 3. > 4. > 5. > 6. > 7. > 8. > 9.

Não houve aquisição de direitos de utilização de conteúdo de terceiros na produção da obra.

CPF ou CNPJ	Nome ou Razão Social/Denominação	Nacionalidade do Conteúdo	% Utilização	Ação
Quantidade de Registros Retornados: 0				

ADICIONAR

VOLTAR AVANÇAR

Ao clicar em “ADICIONAR”, a tela irá se expandir para permitir a inserção dos dados do agente econômico com o qual foram negociados os direitos de utilização do conteúdo.

Primeiramente, indique a nacionalidade (brasileira ou estrangeira) do cedente do conteúdo.

ancine SISTEMA ANCINE DIGITAL Ancine

Você está em: Página Inicial > CONTEÚDO DE TERCEIROS

OBRAS PUBLICITÁRIAS - CONTEÚDO DE TERCEIROS

1. > 2. > 3. > 4. > 5. > 6. > 7. > 8. > 9.

Não houve aquisição de direitos de utilização de conteúdo de terceiros na produção da obra.

CPF ou CNPJ	Nome ou Razão Social/Denominação	Nacionalidade do Conteúdo	% Utilização	Ação
Quantidade de Registros Retornados: 0				

ADICIONAR

Nacionalidade

Adquirido de Cedente Brasileiro

Adquirido de Cedente Estrangeiro

Percentual de utilização do fragmento na obra finalizada

Descrição sucinta do objeto

✓ | SALVAR INFORMAÇÕES

VOLTAR AVANÇAR

Uma vez informada a nacionalidade do cessionário, serão abertos novos campos para informar os dados da empresa produtora e o percentual de utilização do conteúdo adquirido.

ancine SISTEMA ANCINE DIGITAL

Você está em: Página Inicial > CONTEÚDO DE TERCEIROS

OBRAS PUBLICITÁRIAS - CONTEÚDO DE TERCEIROS

1. > 2. > 3. > 4. > 5. > 6. > 7. > 8. > 9.

Não houve aquisição de direitos de utilização de conteúdo de terceiros na produção da obra.

CPF ou CNPJ	Nome ou Razão Social/Denominação	Nacionalidade do Conteúdo	% Utilização	Ação
Quantidade de Registros Retornados: 0				

ADICIONAR

Nacionalidade

Adquirido de Cedente Brasileiro
 Adquirido de Cedente Estrangeiro

Cedente Brasileiro

CPF ou CNPJ Cedente *

Gênero *

Masculino Feminino

Nome ou Razão Social/Denominação do Cedente *

Contrato de Cessão de Direitos **ANEXAR DOCUMENTO** Anexar Documento

Produzido por

Empresa Produtora Brasileira
 Empresa Produtora Estrangeira

Produtor Estrangeiro

Nome ou Razão Social/Denominação do Produtor

País de Origem *

Percentual de utilização do fragmento na obra finalizada *

Descrição sucinta do objeto *

SALVAR INFORMAÇÕES

VOLTAR **AVANÇAR**

Preencha os campos com as informações solicitadas e inclua o contrato de cessão de direitos na opção “ANEXAR DOCUMENTOS”.

Não esqueça de salvar as informações antes de avançar.

ATENÇÃO!

Fica autorizado o uso de conteúdos audiovisuais não produzidos por empresa produtora brasileira em até 20% (vinte por cento) do tempo total de duração de obras publicitárias brasileiras filmadas ou gravadas no Brasil ou no exterior.

Caso mais de 20% do tempo total de duração da obra seja composto por conteúdos não produzidos por empresa produtora brasileira, ou cuja origem não seja possível comprovar, a obra publicitária será considerada estrangeira para todos os fins, inclusive cobrança de CONDECINE.

Ou seja, os conteúdos audiovisuais adquiridos de agente econômico brasileiro precisarão ter comprovação de que foram realmente produzidos por empresa produtora brasileira, assim como sua adequação à definição de obra publicitária brasileira. Caso contrário, serão considerados como não produzidos por empresa produtora brasileira e contarão para o limite de 20% de conteúdo não brasileiro.

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

Serão considerados produzidos por agentes econômicos estrangeiros os conteúdos adquiridos de bancos de vídeos e plataformas de vídeos internacionais.

A utilização de imagens estáticas, cenas dinâmicas ou planos em movimento como plano de fundo em obra audiovisual não será computada no cálculo dos 20% de conteúdo não brasileiro, desde que o primeiro plano seja composto por uma produção audiovisual principal, com equipe técnica e artística brasileira envolvida, sendo as imagens estáticas, cenas dinâmicas ou planos em movimento, apenas composição do cenário.

Excepcionalmente, no caso de obra audiovisual publicitária brasileira filmada ou gravada no Brasil, fica dispensado o cumprimento do limite de 20% de conteúdo não brasileiro quando se tratar de:

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

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

- a) serviços de venda de ingressos para eventos artísticos, culturais ou esportivos internacionais realizados no Brasil; ou
- b) pacotes para destinos e atrações turísticas no exterior.

Tela 7 (SEGMENTO DE MERCADO): informe o segmento de mercado no qual a obra publicitária será exibida e a população do maior município onde ocorrerá a exibição.

The screenshot shows the 'OBRAS PUBLICITÁRIAS - Segmento de Mercado' page. At the top left is the 'ancine' logo and 'SISTEMA ANCINE DIGITAL'. A breadcrumb trail reads 'Você está em: Página Inicial > Segmento de Mercado'. A dropdown menu is set to 'Ancine'. Below is a progress bar with steps 1 through 9, where step 7 is highlighted. The main form has a 'Segmento de Mercado' dropdown menu. Under 'Comunicação Pública', there are two radio buttons: 'Municípios com mais de 1 milhão de habitantes' (selected) and 'Municípios de até 1 milhão de habitantes (Pequena Veiculação)'. Below this, a list of municipalities with more than 1 million inhabitants is shown: BELÉM, BELO HORIZONTE, BRASÍLIA, CAMPINAS, CURITIBA, FORTALEZA, GOIÂNIA, GUARULHOS, MANAUS, PORTO ALEGRE, RECIFE, RIO DE JANEIRO, SALVADOR, SÃO LUÍS, and SÃO PAULO. At the bottom right are 'VOLTAR' and 'AVANÇAR' buttons.

Na lista de seleção do segmento de mercado, existe a opção “TODOS OS SEGMENTOS DE MERCADO”, que permite exploração comercial da obra publicitária em todos os segmentos simultaneamente com um único CRT, pelo prazo de 12 (doze) meses.

This close-up shows the dropdown menu for 'Segmento de Mercado'. The menu is open, displaying the following options: COMUNICAÇÃO ELETRÔNICA DE MASSA POR ASSINATURA (TV PAGA), OUTROS MERCADOS, RADIODIFUSÃO DE SONS E IMAGENS (TV ABERTA), SALAS DE EXIBIÇÃO, TODOS OS SEGMENTOS DE MERCADO, and VIDEO DOMÉSTICO. The 'TODOS OS SEGMENTOS DE MERCADO' option is highlighted in blue.

Obras publicitárias que tenham circulação restrita a municípios que possuam menos de 1 (um) milhão de habitantes são consideradas como pequena veiculação e são isentas do recolhimento de CONDECINE.

Tela 8 (RESUMO):

→ Confira as informações principais e o valor da CONDECINE antes de submeter o pedido de registro.

→ Caso não esteja seguro sobre os dados, a opção “SALVAR SEM SUBMETER” permite realizar um pré-cadastro, que poderá ser posteriormente editado.

→ Caso deseje finalizar o registro, selecione “SUBMETER” e imprima a GRU para pagar a CONDECINE.

ancine SISTEMA ANCINE DIGITAL

Você está em: Página Inicial > EMITIR RESUMO DO TÍTULO

OBRAS PUBLICITÁRIAS - EMITIR RESUMO DO TÍTULO

1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9.

SITUAÇÕES
Título: Recolhimento CONDECINE
PRÉ-CADASTRADO

CONDECINE
Valor:

DADOS BÁSICOS

Título da Obra: TESTE BRASILEIRA FILMADA BRASIL
Data de Requerimento: 09/11/2025

Produto ou Serviço Anunciado: TESTE
Data da Comunicação Pública:

Tipo da Obra: COMUM
 Destinado ao Varejo
Número de Versões: 5

VERSÕES SELECIONADAS

Versões CRT

001
002
003
004
005

Classificação: OBRA AUDIOVISUAL PUBLICITÁRIA BRASILEIRA FILMADA/GRAVADA NO BRASIL
Duração: Ano de Produção ou Adaptação:

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

CNPJ	Nome ou Razão Social/ Denominação	Pais de Origem

ANUNCIANTE

CNPJ	Nome ou Razão Social/ Denominação	Pais de Origem

EMPRESA PRODUTORA

CNPJ	Razão Social / Denominação

Custo de Produção:

DIRETOR

CPF	Nome	Pais de Origem

EQUIPE TÉCNICA E ARTÍSTICA

CPF	Nome	Pais de Origem	Função

CONTEÚDO DE TERCEIROS

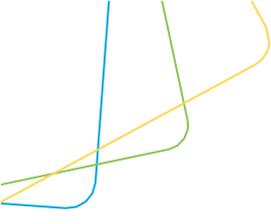
CPF ou CNPJ	Nome ou Razão Social/Denominação	Nacionalidade do Conteúdo	Percentual de Utilização

SEGMENTO DE MERCADO
Segmento de Mercado: Comunicação Pública

DOCUMENTOS ANEXADOS

Tipo do Documento	Nome do Arquivo	Ação

OBSERVAÇÕES
Descrição: (Caso queira acrescentar informações clique aqui)



5. LEGISLAÇÃO APLICÁVEL

A norma que regulamenta o registro de obras audiovisuais publicitárias na ANCINE é a [Instrução Normativa nº 171, de 31 de janeiro de 2025](#).

Aplicam-se também as disposições da [Medida Provisória n.º 2.228-1/2001](#) e da [Lei nº 12.485/2011](#).

6. CONTATOS

- Dúvidas ou pedidos de esclarecimentos adicionais devem ser encaminhados para a Coordenação de Registro e Classificação de Obra Audiovisual, pelo endereço eletrônico registro.publicidade@ancine.gov.br

ANEXO I

VALORES CONDECINE PARA OBRAS PUBLICITÁRIAS (PORTARIA INTERMINISTERIAL Nº 835, DE 13 DE OUTUBRO DE 2015)

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

Segmento	Valor
Todos os segmentos de mercado	R\$ 250.210,57
Radiodifusão de sons e imagens (TV Aberta)	R\$ 208.512,98
Comunicação eletrônica de massa por assinatura	R\$ 29.787,57
Vídeo doméstico	R\$ 17.877,55
Salas de exibição	R\$ 17.877,55
Outros mercados	R\$ 2.977,51

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

Segmento	Valor
Todos os segmentos de mercado	R\$ 64.949,75
Radiodifusão de sons e imagens (TV Aberta)	R\$ 46.392,68
Comunicação eletrônica de massa por assinatura	R\$ 13.917,80
Vídeo doméstico	R\$ 8.118,72
Salas de exibição	R\$ 8.118,72
Outros mercados	R\$ 1.159,82

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

Segmento	Valor
Todos os segmentos de mercado	R\$ 4.466,26
Radiodifusão de sons e imagens (TV Aberta)	R\$ 2.977,51
Comunicação eletrônica de massa por assinatura	R\$ 1.488,75
Vídeo doméstico	R\$ 888,25
Salas de exibição	R\$ 888,25
Outros mercados	R\$ 300,25