

# **Vídeo sob Demanda - VoD**

## **O conteúdo brasileiro e a tributação**

Conselho Superior do Cinema  
Brasília, 21 de outubro de 2015

# Algumas premissas

- O VoD é o mais novo **horizonte** para a **expansão** do setor audiovisual.
- O serviço tem aspectos **similares ao de TV**, à medida que a **organização** do catálogo ganha relevância.
- A **extraterritorialidade** do serviço pode gerar condições desiguais de competição.

# Desafios e objetivos regulatórios

- Como emular um ambiente de negócios com **isonomia de competição**, em especial no aspecto **tributário**?
- Como construir um espaço para oferta e visionamento dos **conteúdos brasileiros** nesse serviço?

# INSTRUMENTOS DE PROMOÇÃO DO CONTEÚDO NACIONAL

# Promoção do conteúdo nacional

- Alguns instrumentos observados no exterior:
  - **Cotas**: exigência da presença de conteúdo local nos catálogos
  - **Financiamento**: investimento compulsório na produção ou licenciamento de obras nacionais;
  - **Destaque Visual (Proeminência)**: exigência de disposição destacada das obras nacionais na interface do usuário (portal de acesso ao serviço de VoD)

# Promoção do conteúdo nacional

- Alguns instrumentos observados no exterior :
  - **Cotas**: exigência de presença de conteúdo local nos catálogos
  - Financiamento: investimento compulsório na produção ou licenciamento de obras nacionais;
  - Destaque Visual (Proeminência): exigência de disposição destacada das obras nacionais na interface do usuário (portal de acesso ao serviço de VoD)

# Promoção do conteúdo nacional

## COTAS

- Exemplos:



**Espanha**

30% a obras da UE (50% em língua espanhola)



**Itália**

20% de obras da UE



**França**

60% de obras da UE (40% em língua francesa)

# Promoção do conteúdo nacional

## COTAS

- assegura uma **quantidade mínima** de obras nacionais no catálogo;
- há **risco** de escolha de títulos orientada apenas pela lógica financeira;
- pode **desestimular** o crescimento dos catálogos;
- não garante a **divulgação** das obras para estímulo ao visionamento.



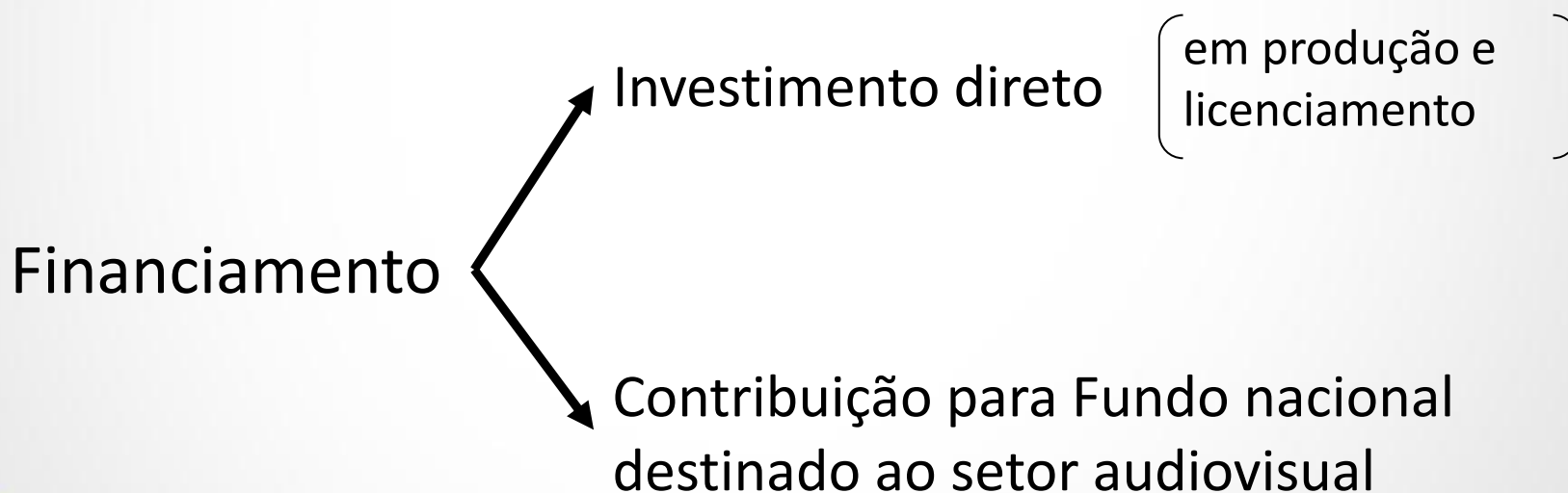
# Promoção do conteúdo nacional

- Alguns instrumentos observados no exterior :
  - Cotas: exigência de presença de conteúdo local nos catálogos
  - **Financiamento**: investimento compulsório na produção ou licenciamento de obras nacionais;
  - Destaque Visual (Proeminência): exigência de disposição destacada das obras nacionais na interface do usuário (portal de acesso ao serviço de VoD)

# Promoção do conteúdo nacional

## FINANCIAMENTO

Como se dá a obrigação em outros países?



# Promoção do conteúdo nacional

## FINANCIAMENTO

	<b>Espanha</b>	Obrigação de investimento de 5% da receita, em forma de participação direta ou aquisição de direitos ➤ <b>2011: €61,2 milhões investidos</b>
	<b>Itália</b>	5% da receita anual em contribuição à produção <u>ou</u> em aquisição de conteúdo europeu
	<b>República Tcheca</b>	Investimento de 1% de receitas em produção <u>ou</u> aquisição de obras europeias
	<b>França</b>	Na modalidade <u>por assinatura</u> , investimento de 15% da receita em obras europeias e 12% em obras francófonas Na modalidade <u>transacional</u> , 15% a 26% de receita em obras europeias, e 12% a 22% em obras francófonas <b>2011: €16,1 milhões investidos</b>

Fonte: *Final Report on The development of the European market for on-demand services* -  
Observatório Europeu do Audiovisual

# Promoção do conteúdo nacional

## FINANCIAMENTO



Alemanha

Entre 0% e 2,3% da receita, recolhido para o fundo nacional de promoção do audiovisual

- **2011: €19,2 milhões investidos**
- **2012: €16,6 milhões investidos**
- **2013: €17,4 milhões investidos**



Bélgica

Comunidade Francesa da Bélgica

Entre 0% e 2,2% sobre receita, na forma de coprodução, pré-aquisição ou recolhimento ao fundo nacional de promoção do audiovisual

**2012: €4,2 milhões investidos**

Comunidade Flamenga

€3 milhões ou €1,30 por assinante, ambos por ano, na forma de coprodução ou recolhimento ao fundo

Fonte: *Final Report on The development of the European market for on-demand services* -  
Observatório Europeu do Audiovisual

# Promoção do conteúdo nacional

## FINANCIAMENTO

- favorece um **ciclo virtuoso** de produção e consumo de obras no país, com **solidariedade financeira** entre as atividades econômicas do audiovisual;
- induz preocupação com a **qualidade** das obras e o seu visionamento pelo usuário;
- produz **menos interferência** nos modelos de negócios;
- provoca maior **resistência** dos provedores;
- exige tratamento diferenciado dos **provedores menores**.

# Instrumentos de promoção

- Alguns instrumentos observados no exterior :
  - Cotas: exigência de presença de conteúdo local nos catálogos
  - Financiamento: investimento compulsório na produção ou licenciamento de obras nacionais;
  - **Destaque Visual (Proeminência)**: exigência de disposição destacada das obras nacionais na interface do usuário (portal de acesso ao serviço de VoD)

# Promoção do conteúdo nacional

## DESTAQUE VISUAL



**França**

- Homepage do serviço de VoD tem que exibir uma proporção mínima de obras da UE e francófonas, mediante menção ao título das obras e destaque de trailers e elementos visuais.



**Polônia**

- Indicação do país de origem de cada obra no catálogo;
- Ferramentas de pesquisa que permitam buscas obras da UE no catálogo;
- Disponibilizar informação e materiais promocionais sobre as obras da UE.

# Promoção do conteúdo nacional

## DESTAQUE VISUAL



**Bélgica**  
**Francófona**

- Propagandas na homepage do guia eletrônico que façam referência a obras da UE no catálogo;
- Categoria especial no catálogo dedicada especificamente às obras da UE, sem que, porém, seja a única categoria em que elas se encontram;
- Presença de obras da UE em categorias como “lançamentos”, “última chance”, “grandes clássicos”, “favoritos” ou em sessões de filmes mais baratos (ou mesmo gratuitos) aos usuários;
- Referências às obras da UE em artigos de revista ou folders enviados aos assinantes (retratar atores/diretores europeus ou eventos específicos de promoção de obras europeias, como Cannes, Berlim e Veneza);
- Presença de obras da UE em campanhas promocionais do serviço.



# Promoção do conteúdo nacional

## DESTAQUE VISUAL



Itália

**Não é obrigatória a proeminência, mas, adotando-a, o provedor ganha descontos variáveis na obrigação de cotas ou de investimento, levando-se em conta os seguintes critérios de pontuação, por exemplo:**

- 30% das obras destacadas no catálogo são da UE;
- 20% das obras destacadas na seções principais do catálogo são da UE;
- O provedor realizou ação de marketing em redes sociais relacionada a obras da UE;
- O provedor transmitiu trailers ou vídeos promocionais uma vez por mês antes como prévia de outros conteúdos;
- Toda vez que uma nova campanha promocional é lançada, há obras da UE envolvidas;
- Presença de seções ou *banners* que levam à relação de todas as obras da UE existentes no catálogo;
- As obras da UE exibidas com destaque apresentam *review* de críticos;
- Se há ferramenta de pesquisa que permita selecionar obras por nacionalidade.

# Promoção do conteúdo nacional

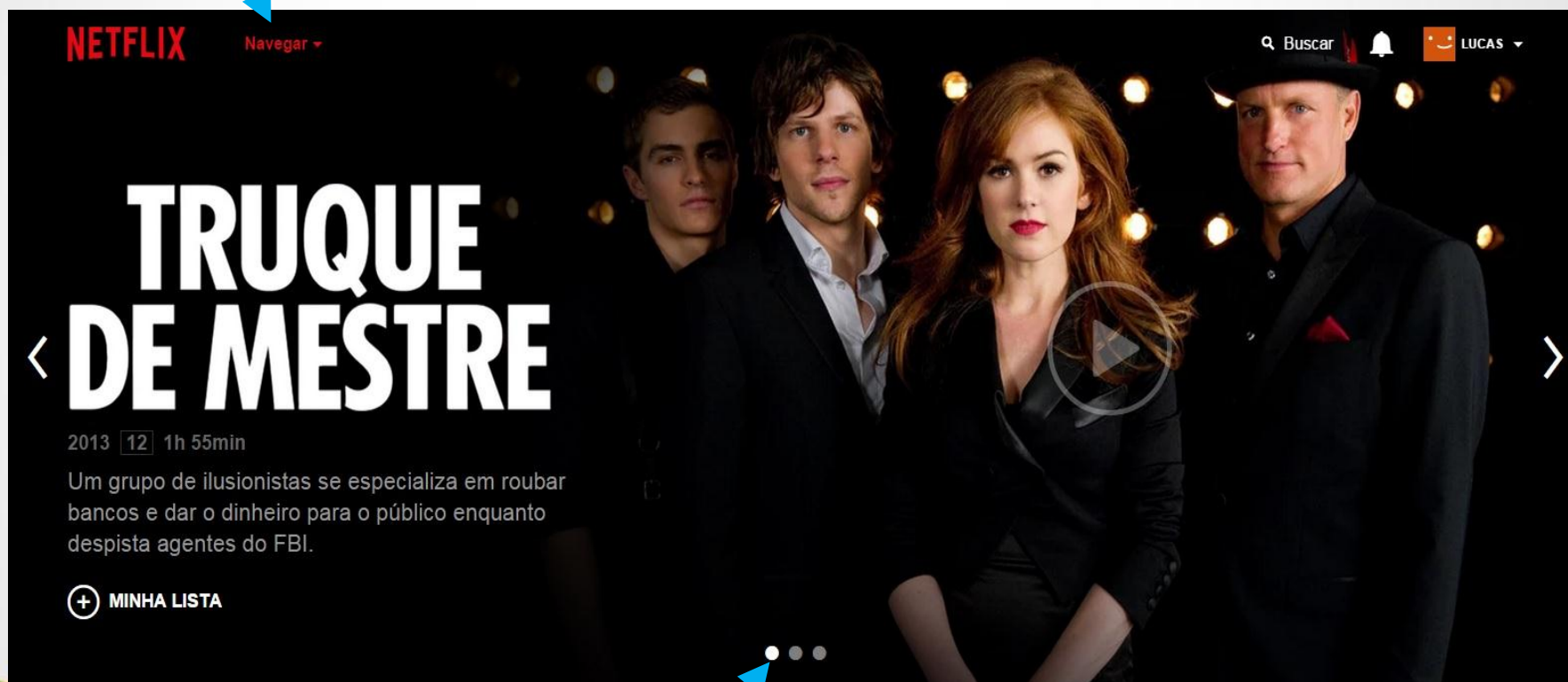
## DESTAQUE VISUAL

- atrai a atenção e **estimula o visionamento** de obras nacionais
- impulsiona a **rentabilização** das obras nacionais: gera **mais vendas** unitárias, estimula a manutenção da obra no catálogo e gera **mais interesse** comercial por continuações e obras similares/derivadas
- representa **baixo ônus** para o provedor

# Promoção do conteúdo nacional

Menu que contém as seções em que se organizam as obras

## DESTAQUE VISUAL



Indicação de *banners* que ocupam proporção substancial da tela: três obras recebem grande destaque aqui

# Promoção do conteúdo nacional

Detalhe das seções do menu de navegação

## DESTAQUE VISUAL

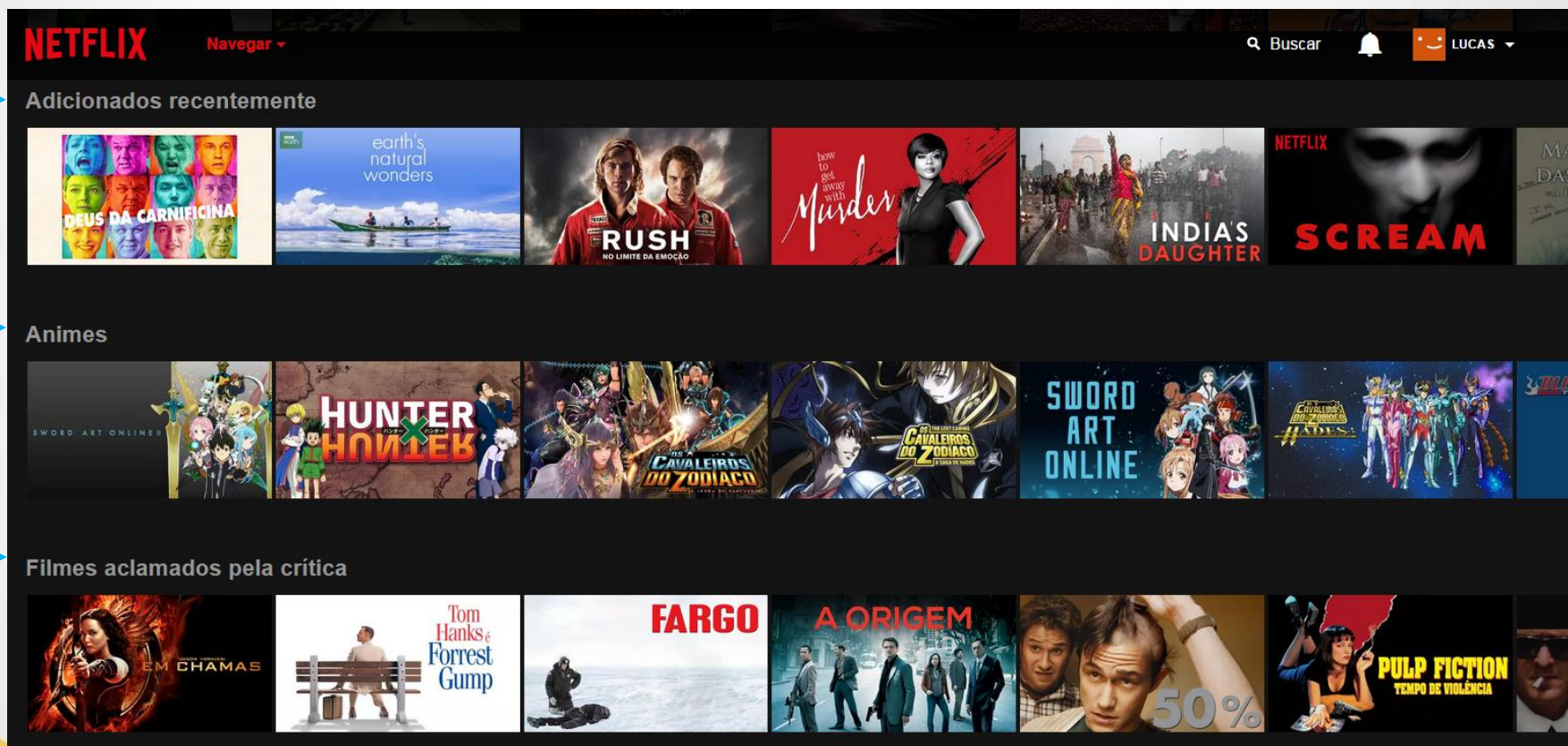


Filmes brasileiros aparecem apenas como gênero



# Promoção do conteúdo nacional

## DESTAQUE VISUAL



É muito comum haver outras categorias além das listadas no menu de navegação, encontradas ao rolar a página principal

# Promoção do conteúdo nacional

A seção 'Recomenda' dá especial destaque a algumas obras

## DESTAQUE VISUAL

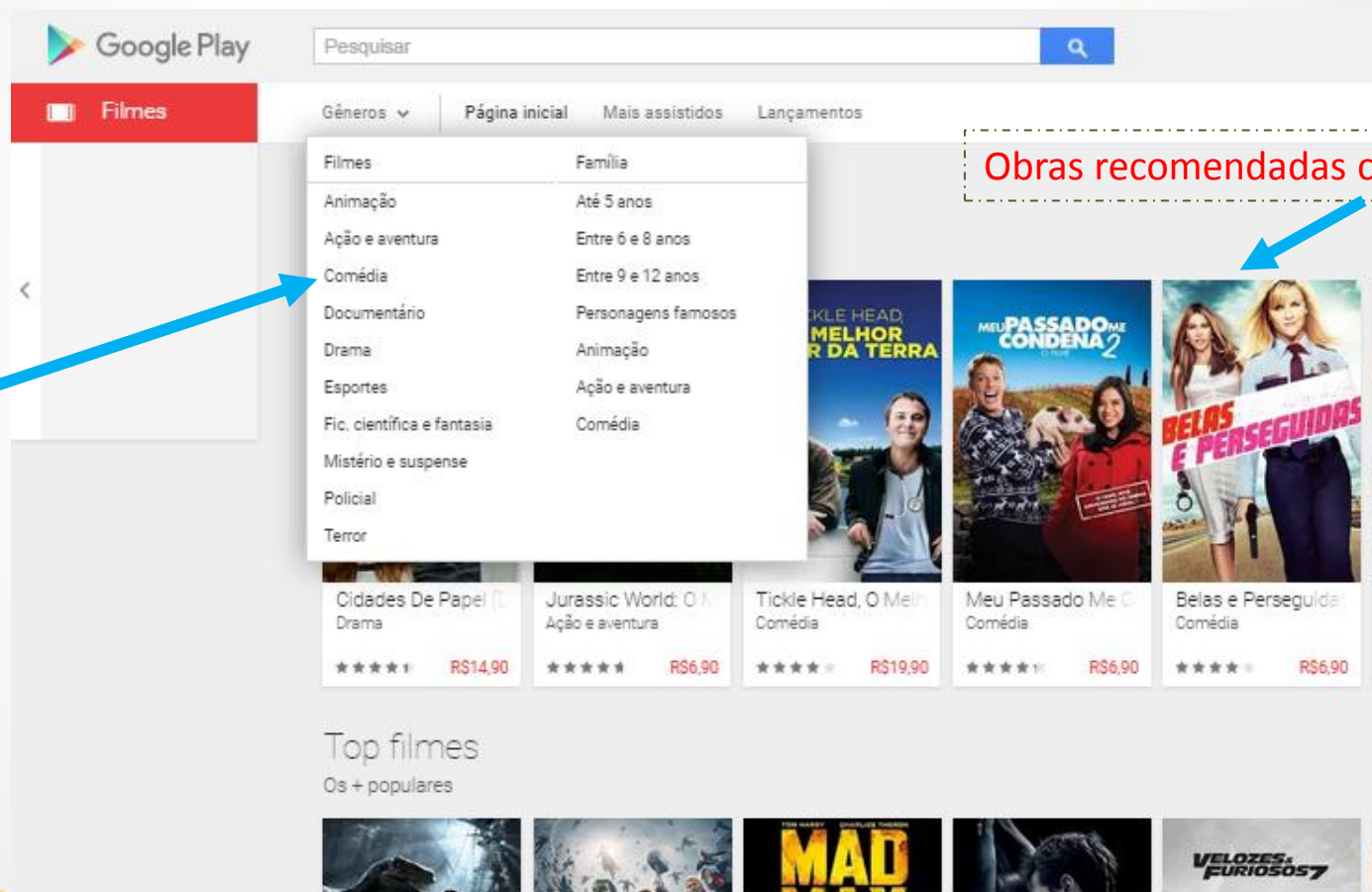
Seções iniciais que organizam o catálogo



# Promoção do conteúdo nacional

## DESTAQUE VISUAL

Seções que organizam o catálogo. Não há referência à categoria que disponha obras nacionais neste menu

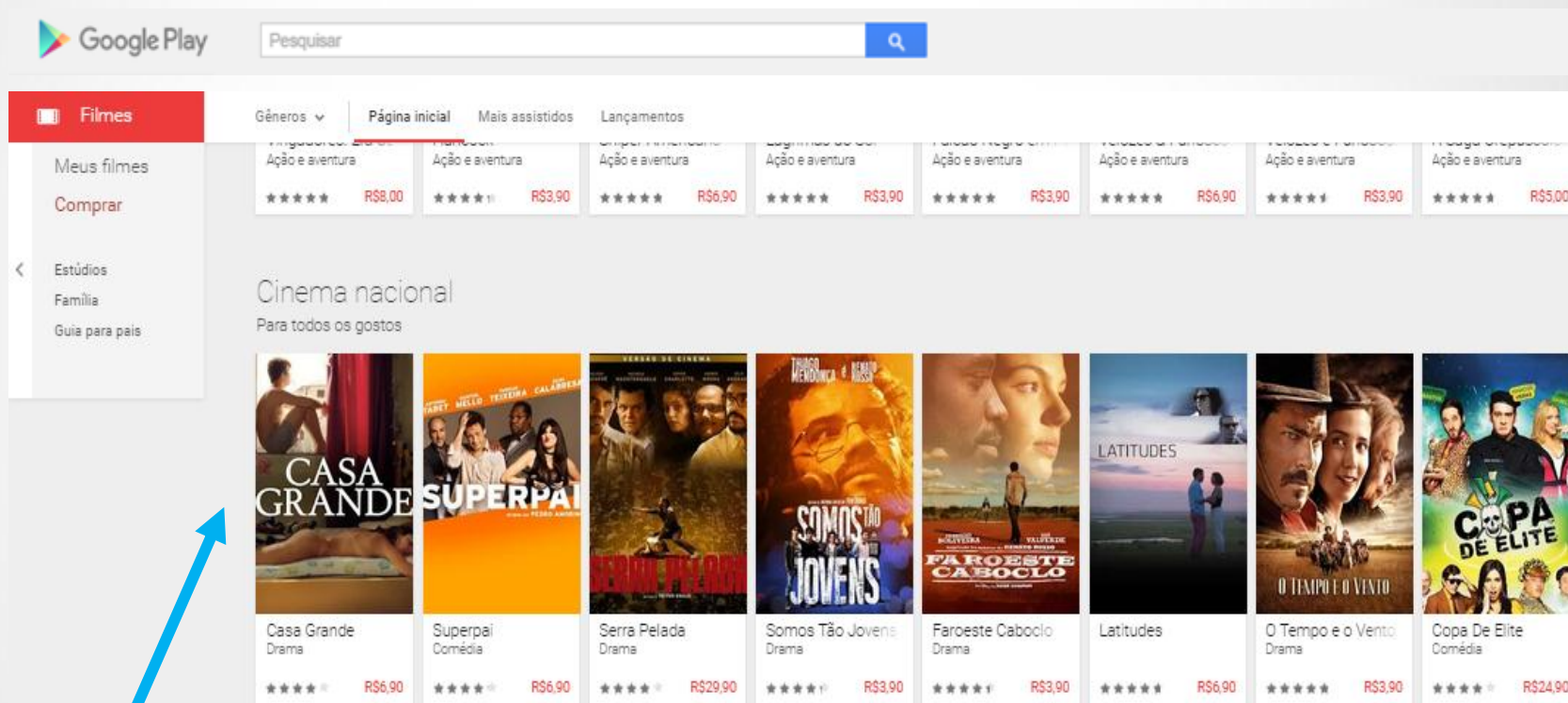


Obras recomendadas com destaque



# Promoção do conteúdo nacional

## DESTAQUE VISUAL



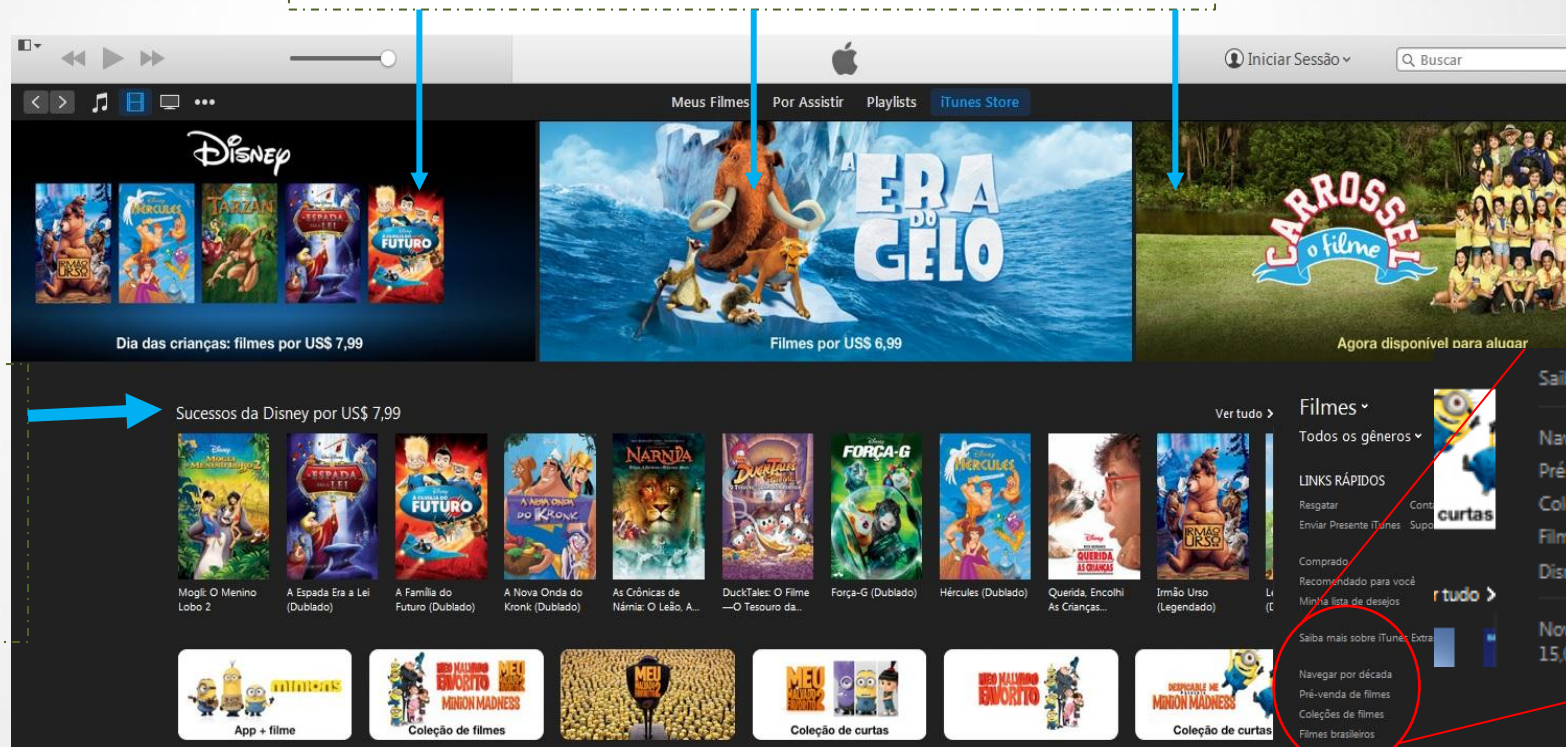
Só é possível filtrar as obras nacionais de forma exclusiva por meio de seção não disposta no menu principal, e encontrada ao se rolar a *homepage* do serviço



# Promoção do conteúdo nacional

## DESTAQUE VISUAL

*Banners que dão grande destaque a algumas obras*



*Destaque para obras de um estúdio específico*

*A seção de obras brasileiras está disposta de maneira confusa, em meio a outras categorias que não dialogam entre si*



Ministério da Cultura



# O licenciamento e a circulação do conteúdo

- As práticas de **licenciamento** são a peça chave do desafio de construir **espaço para o conteúdo brasileiro** no VoD.
- É desejável que as obras **circulem** para as demais janelas e para outros provedores de VoD.
- Além de atender a **mais espectadores**, isto tende a gerar maior **rentabilização** da obra e maior **dinâmica** econômica.
- Para isso, os instrumentos de promoção e financiamento devem proteger a **independência** das obras, afastando barreiras à sua circulação.

# A TRIBUTAÇÃO DO SERVIÇO DE VIDEO SOB DEMANDA

# A incidência da CONDECINE

- Alternativas:
  - I. Sobre as **receitas do provedor**;
  - II. Sobre cada **título**;

# A incidência sobre a receita

- Permite **progressividade**, com atenção à capacidade contributiva de cada agente.
- **Simples** operacionalização, pode aproveitar estrutura de recolhimento de outros tributos
- Gera mais **previsibilidade** para o provedor.
- Demanda **segregação de receitas** nos combos, em face da possibilidade de tratamento **não isonômico**.
- Receitas de **publicidade** podem ser mais difíceis de separar por segmento.

# A incidência sobre título

- Vincula o recolhimento do tributo ao **acesso à informação**, facilitando o monitoramento
- Desconsidera o resultado econômico e as **diferenças** entre as obras.
- Exige mecanismos de redução ou compensação para evitar **barreiras** aos pequenos provedores.
- Tende a restringir a **quantidade e diversidade** de títulos dos catálogos.
- **Alto custo** operacional ao regulado



# ICMS ou ISS incidente sobre VoD

- Há debate jurídico sobre a tributação incidente:
  - ISS: incide sobre os serviços da Lista de Serviços da LC 116/03);
  - ICMS: incide sobre serviços de comunicação (LC 87/96)
- O PLS 386/12, em tramitação, inclui o VoD na Lista de Serviços da LC 116, com texto do Substitutivo da Câmara:
  - 1.09 – Disponibilização, sem cessão definitiva, de conteúdos de áudio, vídeo, imagem e texto por meio da internet, respeitada a imunidade de livros, jornais e periódicos (exceto a distribuição de conteúdos pelas prestadoras de Serviço de Acesso Condicionado, de que trata a Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011, sujeita ao ICMS)

# O DESAFIO DA REGULAÇÃO DO SERVIÇO PRESTADO DE FORA DO TERRITÓRIO NACIONAL



# O desafio da extraterritorialidade

- A natureza do provimento OTT (*over the top*) permite sua **prestação desde o exterior**.
- Isto traz desafios para a **isonomia tributária e regulatória** entre os provedores, em especial para o conteúdo nacional.
- Esta questão diz respeito também ao marco legal do **comércio eletrônico**, assunto tratado pelo MDIC.
- A abertura de filiais brasileiras, o tratamento tributário diferenciado, **a regulação dos meios de pagamento** e restrições legais ao comércio são instrumentos regulatórios possíveis.
- Qualquer serviço que se pretenda **relevante no Brasil**, no atual patamar tecnológico, tende a ser prestado com bases no país.

# Obrigado!