

PROJETO DE LEI Nº 2.331, DE 2022

Dispõe sobre a oferta de serviços de vídeo sob demanda ao mercado brasileiro e cria nova modalidade de Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine).

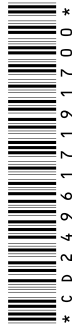
EMENDA ADITIVA Nº _____

Acrescenta- se o §5º no art .28 da Medida Provisória (MPV) nº 2.228-1, de 06 de setembro de 2001, na forma do Substitutivo aprovado no Senado Federal ao Projeto de Lei nº 2.331, de 2022:

“Art.28

.....
.....
.....

§5º As obras cinematográficas ou videofonográficas publicitárias antes da sua exibição e veiculação nos serviços de vídeo sob demanda, de televisão por aplicação de internet e de compartilhamento de conteúdos audiovisuais a usuários baseados no Brasil deverão observar as obrigações determinadas neste artigo e seu parágrafo primeiro. A condecine devida terá o mesmo valor aplicável ao segmento de mercado previsto na alínea c), do inciso I do artigo 33” (NR)



JUSTIFICAÇÃO

A presente emenda pretende acrescentar novo mandamento ao substitutivo, estendendo as obrigações de registro de título, de Certificado de Produto Brasileiro, e de pagamento da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE) para as obras publicitárias cinematográficas ou videofonográficas que forem veiculadas nos serviços de vídeos sob demanda, de televisão por aplicação de internet e de plataformas de compartilhamento de conteúdos audiovisuais a usuários baseados no Brasil. Nesse sentido, propõe a isonomia de tratamento da veiculação de peças publicitárias nesses serviços com os demais segmentos de mercado que disponibilizam conteúdo audiovisual, como a radiodifusão, as TVs por assinatura e o cinema, entre outros.

Tal iniciativa se faz necessária e oportuna diante do cenário comunicacional e tecnológico contemporâneo, onde as mídias digitais assumiram um papel central na comunicação publicitária. Nos últimos anos, testemunhamos uma transformação significativa no campo da publicidade, com um deslocamento progressivo do foco das mídias tradicionais, como a televisão, o cinema e as mídias outdoors para as plataformas digitais. Este fenômeno não é apenas uma mudança de meio, mas também uma evolução na forma como o conteúdo é consumido e produzido. A publicidade na internet oferece maior segmentação, interatividade e alcance, refletindo diretamente na eficácia e na abrangência das campanhas publicitárias – tornando-se, com larga vantagem, o caminho natural para a intensificação das comunicações publicitárias, seja pela sua assertividade, seja pela sua penetração massiva, num ambiente que não conhece a escassez de frequência e que hoje é onipresente na vida cotidiana.

Esta mudança de paradigma, proposta pela atual emenda, então, também impactará diretamente na arrecadação de contribuições destinadas ao fomento da indústria cinematográfica nacional. A



Condecine, como instrumento de política cultural e econômica, tem papel fundamental no desenvolvimento deste setor, sendo essencial para o financiamento de projetos, a promoção da diversidade cultural e o fortalecimento do mercado audiovisual brasileiro.

Com a diminuição da relevância e do impacto das mídias tradicionais e o consequente declínio das receitas oriundas destes segmentos, torna-se imperativo que a legislação se adapte à nova realidade do mercado publicitário. A proposta de equiparação dos valores da Condecine para as obras publicitárias na internet aos do segmento de radiodifusão de sons e imagens é uma resposta a essa necessidade, garantindo que a contribuição continue sendo uma fonte efetiva e equitativa de recursos para a indústria cinematográfica.

Ademais, tal medida assegura uma maior justiça tributária, considerando que a publicidade na internet, cada vez mais prevalente, deve contribuir de maneira proporcional para o desenvolvimento cultural e econômico do país, assim como já ocorre com as mídias tradicionais, superando a hoje existente assimetria regulatória entre os segmentos de mercado do audiovisual, no qual as mídias digitais presentes nos serviços de vídeos sob demanda e plataformas de compartilhamento de conteúdos audiovisuais não enfrentam os mesmos regramentos.

A ausência de regulação sobre as obras publicitárias veiculadas na internet, especialmente no que tange à obrigatoriedade de registro e contribuição para a Condecine, cria um cenário complexo e problemático para a Ancine, a agência regulatória do audiovisual brasileiro. Esta lacuna regulatória não apenas impede a agência de dimensionar precisamente o tamanho e o impacto econômico deste mercado, mas também reflete uma série de desafios e implicações significativas.

A falta de dados concretos e detalhados sobre a publicidade nas mídias digitais dificulta a avaliação precisa do mercado. Sem a obrigatoriedade de registro, não há um mapeamento claro da



quantidade, do tipo e do alcance das obras publicitárias digitais. Isso limita a capacidade da Ancine de formular políticas eficazes, realizar fiscalizações adequadas e até mesmo de prever tendências de mercado, essenciais para o planejamento estratégico e para a definição de prioridades regulatórias. A ausência de dados e de contribuições da Condecine por parte dessas mídias gera não só uma perda de receita crucial para o setor, mas também um campo de atuação desequilibrado, que demanda uma revisão regulatória urgente para assegurar a justiça, a transparência e a sustentabilidade no ecossistema audiovisual do Brasil.

Em suma, a presente proposta legislativa não apenas reconhece as mudanças no cenário da comunicação publicitária decorrentes do avanço das mídias digitais, mas também assegura a manutenção e o fortalecimento de um mecanismo vital para o suporte e a promoção da indústria cinematográfica nacional, contribuindo, assim, para o desenvolvimento cultural e econômico do Brasil.

A longo prazo, a equiparação dos valores da Condecine fomentará um ambiente mais justo e competitivo, incentivando a inovação e a eficiência em todas as formas de mídia. Isso não apenas beneficia o setor de radiodifusão tradicional, mas também estimula as plataformas digitais a desenvolverem práticas publicitárias mais responsáveis e sustentáveis, além de exigirem destas a plena obediência aos demais marcos regulatórios e normativas presentes no ordenamento jurídico nacional, o que hoje é de rara observância.

Em conclusão, a proposta legislativa para a equiparação da Condecine entre as mídias digitais e as mídias tradicionais é uma resposta necessária à assimetria regulatória existente, promovendo a justiça tributária e garantindo o fomento contínuo e efetivo da indústria cinematográfica nacional. Esta medida assegura um equilíbrio essencial no cenário atual de comunicação publicitária, beneficiando a cultura, a



economia e a sociedade brasileira como um todo, trazendo à luz das leis o ambiente digital que tanto importa e influencia a vida hodierna.

Sala das Comissões, de junho de 2024.

Deputado **ORLANDO SILVA**
PCdoB/SP

