

patrocine

manual de financiamento ao audiovisual

cinema, tv, vod e games



CesnikQuintino&Salinas
A D V O G A D O S



Trópicos

Utópicos

Série documental

5 episódios de 40 minutos

Como eliminar a **pobreza extrema**? Como lidar com as **migrações populacionais em massa**? Como assegurar a **coexistência diversa e pacífica** das raças, gêneros e religiões? Como garantir **suprimento para a crescente demanda** de energia, substituindo as fontes poluentes e finitas por uma geração renovável e limpa? Como **racionalizar o uso da água**? Como **dirimir os efeitos catastróficos** da mudança climática que já está em curso no planeta?

Ainda que a conjuntura doentia em que iniciamos o terceiro milênio pareça apontar para um futuro global bastante distópico, **Giannetti vislumbra em seu próprio quintal uma possibilidade de redenção utópica e global.** Na visão do filósofo, a construção de uma utopia brasileira poderia contribuir no saneamento das **ecologias psíquicas e sociais da atualidade.** E isso aconteceria justamente em função de uma característica vista até aqui como defeito histórico do país: nunca conseguimos (ou quisemos) nos encaixar inteiramente nos moldes civilizacionais do ocidente.

A série será um **mosaico visual** que aborda algumas das questões mais atuais da humanidade em conversas com personalidades tão diversas como **Marina Silva e Antonio Cícero, Leonardo di Caprio e o Papa Francisco, Newton da Costa e Ailton Krenak.**

Direção geral: Carlos Nader

Coordenação de conteúdo e entrevistas: Eduardo Giannetti

Produção: Fernando Meirelles, Andrea Barata Ribeiro e Bel Berlinck

O Cesnik, Quintino e Salinas Advogados está entre os mais respeitados escritórios de advocacia do Brasil, com reconhecida excelência em planejamento, estruturação e viabilização de negócios nas áreas da cultura, esporte e terceiro setor.

Especializado em incentivos fiscais, propriedade intelectual, terceiro setor, direito público e direito empresarial com ênfase em direito societário e tributário, o Cesnik, Quintino e Salinas Advogados atua em âmbito consultivo, contencioso e administrativo.

Nos escritórios localizados em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, os advogados aliam conhecimento técnico ao profundo entendimento da realidade do mercado nacional e internacional para oferecer soluções completas e respostas inovadoras às questões jurídicas dos clientes, auxiliando-os no gerenciamento de seus negócios de maneira ética e eficiente.

O CQS mantém escritórios em Los Angeles e Paris, além de ampla rede de parceiros internacional.

Cesnik Quintino & Salinas

A D V O G A D O S

São Paulo

Av. Paulista, 1776, 18º andar
CEP: 01310-200
+55 11 3660 0300

Rio de Janeiro

Av. Nilo Peçanha, nº 50,
16º Andar, Sala 1609
CEP: 20020-906
+55 21 2522 0400

Brasília

SAUS, Quadra 3,
Bloco C, Sala 713
CEP: 70070-934
+55 61 3225 7843



Los Angeles

11111 Santa Monica Blvd.
Suite 500
Los Angeles, CA 90025
+1 424 9032818

Paris

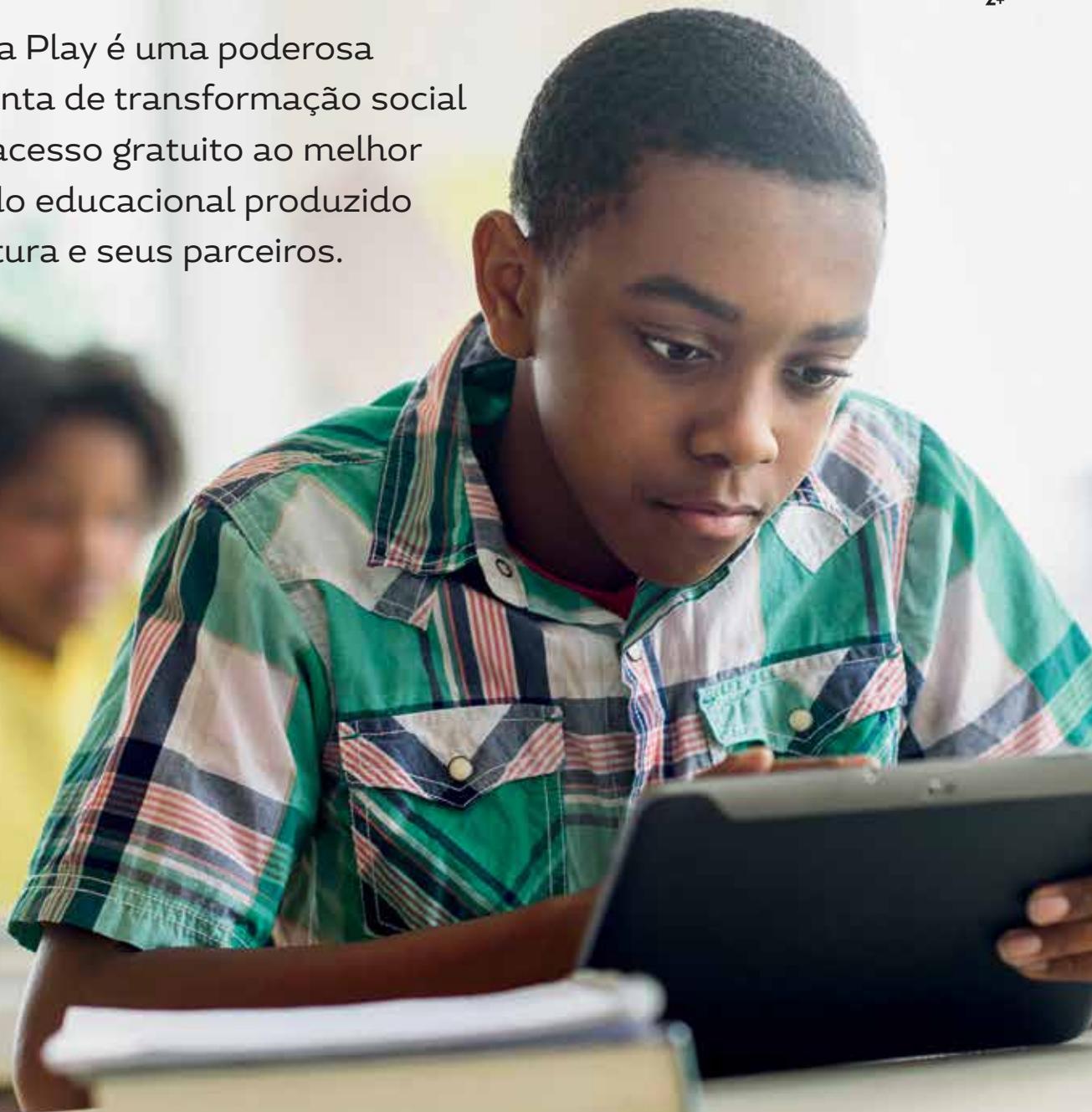
11 rue Saint-Florentin
75008
+33 6 7417 5633

CELULAR, TABLET, COMPUTADOR.
O LUGAR CERTO PARA O CONHECIMENTO
É ESTAR EM TODO LUGAR.

Acesse
www.futuraplay.org
e saiba mais.

Z+

O Futura Play é uma poderosa
ferramenta de transformação social
que dá acesso gratuito ao melhor
conteúdo educacional produzido
pelo Futura e seus parceiros.



O SÉCULOS DE RELAÇÕES BRA

PORTO DE SANTO

RAÍZES DO BRASIL

LEZAS NATURAIS DE CUBA
E NATURAL BEAUTY OF CUB

Avenida Paulista

MEDICINA NO BRASIL: um

BRASIL visto de ci

RUMO AO FUTU

amazôn

EDITORIA BRASILEIRA

Com o objetivo de divulgar e valorizar a arte e a cultura nacional, a Editora Brasileira tem como foco a publicação de livros e documentários com temas contemporâneos ligados a sustentabilidade, brasilidade e celebrações de grandes momentos históricos.

Somos especialistas em leis de incentivo e em projetos corporativos sob medida (memória empresarial), que proporcionam às empresas uma forma especial de comemorar suas conquistas e reforçar sua marca e seus valores institucionais junto a seus públicos de interesse.

Realizamos projetos para as maiores empresas do país – BNDES, Petrobras, Coca-Cola, Rede Globo, Bradesco, PwC, Google, Basf, Fiat, Citroën, Peugeot, Camargo Corrêa, LG, Siemens, Unilever, BRF, Anglo American, GRSA, Allianz, Stihl, Cisa, Banco PSA, Ultracargo, Liquigás, Grupo Saint Gobain, Souza Cruz, AT&T, EDF – e personalidades, como Amyr Klink, Oscar Niemeyer e Pelé.

Importantes instituições nacionais e internacionais também fizeram parte de nossos projetos, como UNESCO (Sede Mundial/Paris e Representação Brasil), USP, PUC/SP, Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, Instituto Goethe, Instituto Italiano de Cultura, Aliança Francesa, Embaixada Alemã, Embaixada Italiana, Consulado Geral da França, Câmara de Comércio Brasil-Alemanha, Câmara de Comércio Italiana, Câmara de Comércio França-Brasil, Agência Estado, Marinha do Brasil, Projeto Tamar – Ibama, Prefeitura de São Paulo, Ministério do Esporte, Ministério da Cultura, Ministério das Relações Exteriores (Itamaraty), Ministério da Defesa, Funai, Agência de Cultura da União Europeia, Câmara Portuguesa, Embaixada Portuguesa, Funai, Projeto Baleia Jubarte, ICMBio, Projeto Coral Vivo, Projeto Golfinho Rotator, Projeto Albatroz, Hospital Albert Einstein, Hospital Sírio-Libanês e Confederação das Santas Casas do Brasil.

Acesse e conheça nossos projetos aprovados com abatimento integral.

www.editorabrasileira.com.br/portfolio



EDITORA
BRASILEIRA

editora@editorabrasileira.com.br

(11) 2501-5256 | (13) 3232-8282

www.editorabrasileira.com.br

manual de financiamento ao audiovisual

cinema, tv, vod e games

coordenadores gerais

roberto drago pelosi jucá
fábio de sá cesnik
pedro fernandes saad

autores

aline akemi freitas
carolina kazumi setoguti rabelo
caroline macedo martins
daniel miceli rainho
fábio de sá cesnik
felipe gabriades de souza
fernanda toledo abreu martins
fernando m. quintino da silva
gabriela thomazini ramos
gilberto toscano de britto
gregory more becher
luís henrique mauch
mônica carolina franco ravaioli
roberta silva araujo ladeira
roberto drago pelosi jucá
rodrigo chacon theodoro
rodrigo kopke salinas

design gráfico

estúdio lógos:
julio mariutti
deborah salles

impressão

ipsis

apoio



manual de financiamento ao audiovisual

cinema, tv, vod e games

realização



CesnikQuintino&Salinas

A D V O G A D O S

sumário

14	introdução	50	capítulo iii financiamento direto	76	capítulo iv outros editais
16	perguntas e respostas	52	iii.a fomento direto federal – fundo setorial do audiovisual (fsa)	78	iv.a bndes procult
20	capítulo i conteúdo audiovisual brasileiro e independente	54	iii.a.1 suporte automático	87	iv.b secretaria de cultura do estado de são paulo
23	i.a obra audiovisual brasileira	60	iii.a.2 suporte seletivo	88	iv.b.1 concurso de apoio ao desenvolvimento de ações de fomento ao audiovisual no estado de são paulo
29	i.b obra audiovisual brasileira independente	66	iii.a.3 prêmio adicional de renda (par)	91	iv.b.2 concurso de apoio a projetos de finalização de longa-metragem no estado de são paulo
32	i.c coprodução internacional	67	iii.a.4 prêmio ancine de incentivo à qualidade do cinema brasileiro (paq)	94	iv.b.3 edital prêmio estímulo de curta-metragem – 2016
36	capítulo ii financiamento indireto – incentivo fiscal	68	iii.b fomento direto municipal	96	iv.b.4 edital: programa de fomento ao cinema paulista 2016 – edital de produção
38	ii.a dinâmica de funcionamento do incentivo fiscal	69	iii.b.1 riofilme		
40	ii.b lei do audiovisual	71	iii.b.2 spcine		
42	ii.c medida provisória 2.228-1/2001				
46	ii.d lei rouanet				
49	ii.e mecanismos estaduais e municipais de incentivo ao audiovisual				

- 98 **capítulo v**
o modelo de financiamento global
- 101 **v.a**
desenvolvimento
- 105 **v.b**
financiamento
- 118 **capítulo vi**
questões tributárias nas produções audiovisuais e games
- 121 **vi.a**
tributos incidentes sobre as empresas voltadas ao setor de cinema, tv, vod e games
- 124 **vi.b**
a questão do iss nas operações que exploram direito autorais
- 126 **vi.c**
importação e exportação de serviços de produção
- 128 **vi.d**
a utilização de acordos para evitar a dupla tributação para gerar economia tributária
- 134 **capítulo vii**
compliance
- 144 **capítulo viii**
acessibilidade
- 154 **capítulo ix**
registro de obra
- 157 **ix.a**
certificado de produto brasileiro
- 159 **ix.b**
registro de obra estrangeira
- 160 **ix.c**
certificado de registro de título

introdução

As políticas públicas brasileiras voltadas à atividade de produção e comercialização de conteúdos audiovisuais sustentam-se sobre dois pilares: pelo primeiro, que chamamos de “fomento”, o Estado disponibiliza direta e indiretamente recursos para aumento na oferta de obras brasileiras independentes – obras essas que, na ausência de tais recursos, seriam produzidas em quantidade muito menor –; pelo segundo, que chamamos de “co-tas”, o Estado cria, em determinados segmentos do mercado audiovisual (“janelas”) uma obrigação de que certas empresas que comunicam conteúdos audiovisuais (salas de exibição, canais de televisão por assinatura) demandem e incluam em sua programação uma quantidade mínima de obras brasileiras independentes – obras essas que, na ausência de tais recursos, teriam menor alcance de público. Este livro presta-se a tratar das políticas voltadas ao fomento, isto é, à produção de obras audiovisuais brasileiras independentes.

No Brasil, um Estado Federativo, pode haver políticas de fomento ao audiovisual no âmbito da União (federal), dos Estados (há em alguns deles) e dos municípios (também há em alguns deles), as quais podem representar a oportunidade de utilização combinada de diferentes fontes de recurso em uma mesma obra audiovisual brasileira independente (há exceções a isso, sobretudo quando Estados e municípios utilizam recursos transferidos pela União para consecução dessas políticas).

A União (e cada Estado ou município) pode, além disso, dispor de mecanismos de fomento direto ou de fomento indireto à produção audiovisual. Um mecanismo de fomento direto pode, a propósito, ser combinado com um de fomento indireto para financiar a produção de uma mesma obra audiovisual brasileira independente (há exceções a isso).

Políticas de fomento direto são aquelas por meio das quais o Estado aporta recursos públicos (produto da arrecadação de tributos – com destaque para a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine) –, multas etc.) para viabilizar a produção de obras audiovisuais, a exemplo das promovidas pelo Fundo Setorial Audiovisual (FSA) em âmbito federal.

Políticas de fomento indireto são aquelas por meio das quais o Estado renuncia (no todo ou em parte) à arrecadação de determinado tributo (que normalmente arrecadaria) caso o contribuinte daquele tributo decida aportar recursos para viabilizar a produção de obras audiovisuais. Chamamos a isso incentivo fiscal. Se o mecanismo de incentivo fiscal em questão for da União, o tributo a que ele se refere será federal (basicamente Imposto de Renda ou Condecine); se o mecanismo de incentivo fiscal em questão for

estadual, o tributo a que ele se refere será estadual (basicamente ICMS); e se o mecanismo de incentivo fiscal em questão for municipal, o tributo a que ele se refere será municipal (basicamente ISS e eventualmente IPTU).

Qualquer que seja o mecanismo de financiamento à produção audiovisual a ser utilizado (oriundo de fomento direto ou indireto; federal, estadual ou municipal), é essencial identificar quem é o contribuinte que pode se beneficiar dele e quais os benefícios que ele oferece a tal contribuinte.

A empresa ou pessoa física interessada em utilizar um mecanismo de fomento para financiar a realização de obras audiovisuais precisa compreender isso para planejar e gerir os benefícios que poderá utilizar. A depender dos benefícios ou vantagens permitidos por cada um desses mecanismos, podemos classificá-los como de patrocínio, investimento, coprodução ou empréstimo.

Em um mecanismo de patrocínio, o beneficiário (chamado patrocinador) que decidir aportar recursos para produção de uma obra audiovisual brasileira independente terá como contrapartida sua logomarca associada àquela obra. São exemplos dele mecanismos locais, como o ProAC do Estado de São Paulo e o abatimento de ISS no município do Rio de Janeiro, e o artigo 1ºA da Lei do Audiovisual.

Quando estivermos diante de um mecanismo de investimento, o beneficiário (chamado investidor) que decidir aportar recursos para produção de uma obra audiovisual brasileira independente terá como contrapartida participar dos resultados financeiros da exploração comercial de tal obra, caso tal obra dê resultados (além de, por via de regra, poder ter sua logomarca vinculada a essa obra). São exemplos dele o FSA (fomento direto) e o artigo 1º da Lei do Audiovisual (fomento indireto).

Um mecanismo de coprodução permite ao beneficiário (chamado coprodutor financeiro) que decidir aportar recursos para produção de uma obra audiovisual brasileira independente ter como contrapartida a aquisição de um percentual dos direitos autorais patrimoniais inseridos nessa obra, o que pode abranger o direito de participar dos eventuais resultados financeiros de tal obra, a aquisição de determinados direitos de exploração dessa obra e poder ter a logomarca dele vinculada à obra. São exemplos desse tipo os arts. 3º e 3º-A da Lei do Audiovisual e o artigo 39, X da Medida Provisória que criou a Agência Nacional de Cinema (Ancine).

Um mecanismo de empréstimo, por fim, permite ao beneficiário (chamado mutuante) que decidir aportar recursos para produção de uma obra audiovisual brasileira independente ter direito à devolução integral desses recursos, com ou sem a incidência de juros. É exemplo dele o BNDES Procult.

Mas isso não é só: com tantos mecanismos como temos em nosso país, o mais importante para o produtor audiovisual brasileiro, e que quase nenhuma publicação aborda, é ampliar sua visão para o plano global. No capítulo V deste manual apresentamos o modelo global de financiamento. Ora, o grande salto para os produtores seria financiar seus filmes e séries com recursos de incentivo no Brasil e ter um produto que gere receita global. No caso dos patrocinadores ou investidores, estes podem aplicar usando incentivos fiscais e também conseguir uma difusão global de sua marca. Em suma: a visão de “business” e potencial de mercado do conteúdo tende a potencializar e muito o resultado do negócio.

Atentos a essa agenda foi que o escritório Cesnik, Quintino e Salinas abriu em 2015 seu escritório em Los Angeles, Califórnia. Além de contribuir para que as empresas americanas possam navegar com segurança em direito brasileiro, a base possui time especializado para ajudar o produtor brasileiro a colocar o seu produto no mercado global. Escolher o correto agente de representação, agente de venda ou o gerente de sua carreira é passo estratégico para produtores, artistas e diretores de cinema e televisão. O mesmo vale para os desenvolvedores de videogame que buscam acessar parceiros globais.

Além do acesso às fontes de distribuição, os produtos brasileiros podem se realizar em coprodução com produtores de outros países. Essa é a forma mais adequada de casar recursos de diferentes territórios e permitir que produtos sejam nacionais em várias janelas. Outro dado importante é saber que, nos Estados Unidos, por exemplo, os incentivos podem ser acessados por empresas de quaisquer países. Então o produtor audiovisual brasileiro pode captar seus recursos no Brasil e filmar num estado americano que ofereça incentivos, por exemplo. O planejamento dessa operação do ponto de vista societário, fiscal e regulatório é parte importante para ter segurança nas filmagens e gozo de todos os benefícios possíveis.

Este manual tem, portanto, por objetivos: (i) introduzir empresas e pessoas físicas interessadas em coproduzir, patrocinar ou investir na produção de obras audiovisuais – incluindo *games* – ao universo de mecanismos disponíveis de fomento que poderão utilizar e os benefícios que poderão auferir com essa utilização; (ii) oferecer às empresas produtoras brasileiras realizadoras dessas obras audiovisuais uma visão abrangente sobre a habilitação e o acesso de seus projetos a tais mecanismos de fomento; (iii) ampliar a visão global dos *players* brasileiros nesse mercado, com intuito de estruturar o seu negócio da maneira mais econômica e de forma a gerar os melhores resultados.

Boa leitura!

perguntas e respostas

por que patrocinar ou investir no audiovisual?

O audiovisual é a área de expressão artística que mais possui incentivos no Brasil. Com uma miríade de possibilidades no plano federal, estadual e municipal, a atividade audiovisual basicamente é contemplada pelos incentivos das demais áreas culturais, tendo um sem-número de mecanismos exclusivos.

Além disso, os mecanismos específicos do audiovisual, diferente dos gerais que possuem somente as modalidades de patrocínio e doação, contemplam ainda a vertente do investimento. Com isso, o incentivador pode aplicar recursos e participar da receita do filme que está financiando, por exemplo.

E tem mais: diferente dos incentivos das demais áreas, que têm uma série de limites de contrapartidas (vide o debate recente envolvendo a Lei Rouanet e o retorno dos patrocinadores), no audiovisual as possibilidades de retorno em termos de marketing são bastante amplas. Em suma:

- ao aplicar recursos incentivados no audiovisual, a empresa pode ter retorno como patrocinadora, com retorno de marca e promocional, além da possibilidade de participar do retorno do filme como investidora;
- todas as modalidades de incentivo federais ao audiovisual, sejam de patrocínio ou investimento, preveem o abatimento de 100% do Imposto de Renda devido. No caso do artigo 1º da Lei do Audiovisual, o benefício é ainda maior e chega a 125% de retorno. É isso mesmo: investem-se 100 e recuperam-se 125, só na parte tributária.
- as contrapartidas ao patrocinador ou investidor são inúmeras na Lei do Audiovisual, tais como possibilidade de product placement, merchandising, marca no produto, sessão exclusiva e muito mais. Com isso a comunicação no audiovisual, seja na TV, seja no cinema, consegue ser muito mais agressiva para as marcas do que para o restante das modalidades culturais.

1. Quais as vantagens de estruturação de medidas preventivas (de compliance anticorrupção, políticas internas de patrocínio, entre outros) para a minha empresa?

A estruturação visa adequar e fortalecer os sistemas de controles internos, mitigar os riscos de acordo com a complexidade das atividades, assegurar o cumprimento de leis e normas vigentes e também as internas, preservar a imagem e a reputação institucional, preservar as relações de patrocínio, entre outras. Vale dizer que diversas empresas patrocinadoras/investidoras já vêm inserindo cláusulas anticorrupção nos contratos de patrocínio, fazendo com que as produtoras se comprometam também a adotar práticas anticorrupção, por meio da estruturação dos seus programas de integridade.

2. Qual a diferença entre fomento direto e indireto e as atuações dos artigos 1º e 1º A da Lei do Audiovisual?

O fomento direto ao audiovisual ocorre quando há uma transferência de valores diretamente pelo Estado – pelo órgão fomentador (por exemplo, Secretaria de Estado da Cultura, Fundo Setorial do Audiovisual, Ancine, entre outros) – ao projeto audiovisual aprovado pelo órgão, enquanto o fomento indireto ao audiovisual se caracteriza pela transferência de valores de contribuintes de determinado tributo por meio de mecanismos de incentivo fiscal ao audiovisual (como a Lei Rouanet e a Lei do Audiovisual, por exemplo) ao projeto audiovisual aprovado pelo Estado.

Os artigos 1º e 1º A da Lei do Audiovisual são mecanismos de fomento indireto e diferem quanto à sua forma de aplicação. Enquanto o artigo 1º é uma forma de investimento (concede ao contribuinte-investidor uma participação nas receitas da obra a ser produzida, além do benefício fiscal), o artigo 1ºA é uma forma de patrocínio, pois confere ao contribuinte-patrocinador um retorno em termos de visibilidade da marca apoiadora, além do benefício fiscal.

3. Qual a diferença de atuação do ProAC ICMS e ProAC Editais (no âmbito do Governo de SP)?

O ProAc ICMS funciona via incentivo fiscal enquanto o ProAC Editais via fomento direto. Por meio do ProAC ICMS, o produtor pode, desde que tenha aprovado o projeto junto à Secretaria da Cultura, captar patrocínio de empresas que poderão, por outro lado, descontar o valor do investimento aportado do ICMS devido. Já o ProAC Editais são concursos públicos, por meio dos quais a Secretaria seleciona projetos para diretamente aportar dinheiro. Vale destacar que os editais podem ser destinados a diferentes linhas de atuação e contam com regras próprias (número de projetos selecionados e o valor pago a cada um deles, por exemplo).

4. O aporte pelo BNDES de recursos não reembolsáveis, via artigo 1º ou 1º A da Lei do Audiovisual, a projetos audiovisuais pode ser feito de maneira isolada ao BNDES Procult? Esse aporte se confunde com o aporte proveniente do Edital BNDES de Cinema?

Não, o aporte de recursos não reembolsáveis via artigo 1º ou 1º A só poderá ocorrer de maneira associada e equivalente ao valor financiado pelo BNDES Procult, o que significa que, caso a empresa tenha financiado a quantia mínima de R\$ 1.000.000,00, o BNDES ou a instituição financeira credenciada poderá aportar o mesmo valor por meio de investimento (art. 1º) ou patrocínio (art. 1ºA), conforme o caso, em projetos audiovisuais aprovados pela Ancine, nos termos da legislação regulatória aplicável. E o aporte do BNDES Procult não se confunde com aquele proveniente do Edital BNDES de Cinema, sendo, portanto, fontes de financiamento distintas.

5. Uma produtora que desenvolva, realize e comercialize games, além de obras documentais e de animação, poderá se inscrever no programa BNDES Procult?

Sim, desde que a produtora cumpra os requisitos exigidos pelo programa, uma vez que o BNDES Procult se destina a financiar diversas áreas da economia criativa, inclusive jogos eletrônicos.

6. Uma obra audiovisual pode ser financiada com recursos de incentivo fiscal em conjunto com recursos do Fundo Setorial do Audiovisual?

Sim, pode haver composição de fontes de financiamento, observados os limites legais de cada mecanismo, tais como o limite de aporte via artigo 3º, por exemplo, a obrigação do pré-licenciamento quando houver aporte pelo FSA etc.

7. Uma obra audiovisual cinematográfica pode ter como coprodutora uma empresa programadora e receber recursos oriundos do artigo 3º A?

Sim, embora o mecanismo previsto no artigo 3º A seja destinado a empresas atuantes no segmento de televisão, em decorrência da aquisição de direitos de transmissão de eventos (culturais ou esportivos) realizados no exterior ou obras audiovisuais para programação, o legislador optou por aplicar a destinação dos valores de forma ampla, seja no desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas brasileiras de longa-metragem de produção independente, seja na coprodução de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de produção independente de curtas, médias e longas-metragens, documentários, telefilmes e minisséries.

8. A inserção de medidas de acessibilidade é obrigatória apenas para os casos de projetos financiados com recursos públicos?

Não, pela Lei Brasileira de Inclusão, toda a cadeia do entretenimento está obrigada a garantir as medidas de acessibilidade para permitir o acesso das pessoas com deficiência, independente do financiamento com recursos públicos.

capítulo i
conteúdo audiovisual brasileiro
e independente

capítulo i

conteúdo audiovisual brasileiro e independente

“embora a lei do seac fosse direcionada apenas a um determinado segmento de mercado (tv fechada), a ancine incorporou o novo conceito para todo o seu ordenamento regulatório...”

Em seus primeiros anos de existência, a Ancine exerceu de forma modesta sua competência regulatória, sendo basicamente um órgão de fomento. Dessa forma, o mercado foi se desenvolvendo a partir dos mecanismos de incentivo focados na produção, mas não sem que a Agência fiscalizasse a atividade e coletasse informações que mais tarde retornariam aos administrados, na forma de instrumentos regulatórios.

Tendo como objetivo principal o fortalecimento e a sustentabilidade da indústria nacional, a linha regulatória desenvolvida pela Ancine busca o aperfeiçoamento das relações comerciais ente os elos da cadeia, a partir da proteção dos direitos de autor e principalmente do fortalecimento da independência de produtoras e obras audiovisuais desenvolvidas. As obras audiovisuais produzidas no Brasil se tornam finalmente potenciais comerciais para seus titulares.

Cabe destacar que o próprio legislador introduziu ao ordenamento o conceito de independência de obra audiovisual, porém caracterizando-a sob a ótica da titularidade dos direitos patrimoniais e da relação societária. Assim, o art. 1º, IV da MP nº 2.228-1/2001 determina como independente a obra produzida por empresa produtora que *“não tenha qualquer associação ou vínculo, direto ou indireto, com empresas de serviços de radiodifusão de sons e imagens ou operadoras de comunicação eletrônica de massa por assinatura”, devendo obrigatoriamente ser “detentora majoritária dos direitos patrimoniais sobre a obra”*.

Por outro lado, o comando legal macro permitiu que a Ancine aprofundasse o conceito de “independência”, atingindo também as relações comerciais desenvolvidas pela exploração dos direitos oriundos da titularidade do direito autoral (licença de distribuição, licença de comunicação pública etc.), criando, dessa forma, o conceito de “Poder Dirigente”¹ sobre a obra.

Alcançado o conceito de “Poder Dirigente”, o papel regulatório da Ancine torna-se necessário para que seus efeitos sejam implementados como base para toda a política pública do audiovisual, seja na política de financiamento público, seja na política de cotas.

A partir do panorama apresentado, a análise detalhada de alguns conceitos e sua evolução regulatória torna-se essencial para a correta compreensão e utilização dos mecanismos de financiamento.

i.a obra audiovisual brasileira

“...é importante destacar a possibilidade da realização de uma codireção – participação de um diretor brasileiro e um diretor estrangeiro...”

A obra audiovisual cinematográfica ou videofonográfica será considerada brasileira ao atender aos requisitos dispostos no artigo 1º, V, da Medida Provisória nº 2.228-1/2001, conforme segue:

- a. *Ser produzida por empresa produtora brasileira, observado o disposto no § 1o, registrada na Ancine, ser dirigida por diretor brasileiro ou estrangeiro residente no país há mais de 3 (três) anos, e utilizar para sua produção, no mínimo, 2/3 (dois terços) de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de 5 (cinco) anos.*

De acordo com a Medida Provisória, será considerada empresa brasileira aquela cuja maioria do capital votante seja de titularidade de brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos e estes exerçam de fato e direito o poder decisório sobre a empresa². Ou seja, de acordo com o dispositivo legal, as sociedades empresárias constituídas por estrangeiros seriam consideradas brasileiras, para fins de financiamento público, registro e outras finalidades previstas no texto, desde que fossem titulares do capital da empresa até o limite de 49% e não exercessem atividades de gestão.

No final do ano de 2011, a Lei nº 12.485 (Lei do SeAc) foi promulgada como o marco legal da comunicação audiovisual de acesso condicionado e, para esse fim, trouxe definição diversa do que seria empresa brasileira, reduzindo a participação de estrangeiros a 30% do capital social³.

1. “*Poder Dirigente sobre o Patrimônio da Obra Audiovisual: poder de controle sobre o patrimônio da obra audiovisual, condição que permite ao detentor ou detentores utilizar, fruir e dispor da obra, bem como explorar diretamente ou outorgar direitos para as diversas modalidades de exploração econômica da obra ou de seus elementos derivados, condicionado a que a outorga, limitada no tempo, não descaracterize a titularidade e a detenção deste poder.*”

2. Art. 1º, §1º, MP 2.228,-1/2001.

Embora a Lei do SeAc fosse direcionada apenas a um determinado segmento de mercado (TV fechada), a Ancine incorporou o novo conceito para todo o seu ordenamento regulatório, inclusive para as obrigações e mecanismos de fomento previstos na Medida Provisória nº 2.228-1/2001.

Em relação à nacionalidade do Diretor, é importante destacar a possibilidade da realização de uma codireção – participação de um diretor brasileiro e um diretor estrangeiro, desde que previamente aprovado pela Ancine. Embora não haja nenhuma norma expressa a respeito do instituto da codireção, a Ancine vem aplicando o entendimento de que não deve haver hierarquia entre os diretores, principalmente se prejudicial ao diretor brasileiro, ou seja, ambos devem exercer as funções de direção em igualdade de condições, não podendo o diretor brasileiro, por exemplo, receber o crédito de “Assistente de Direção”.

Sobre a participação da equipe técnica e artística, a MP nº 2.228-1/01 não trouxe qualquer definição sobre quais funções seriam consideradas para realização do cálculo. Somente em 2012, com a publicação da Instrução Normativa nº 104 pela Ancine⁴, estabeleceu-se a listagem de profissionais considerados para cálculo do percentual mínimo de 2/3 previsto na legislação, determinando como parâmetro, ainda, o quantitativo de pessoas, independente do acúmulo de funções⁵.

As funções que passaram a ser consideradas são: autor do argumento, roteirista, diretor ou diretor de animação, diretor de fotografia, inclusive no caso de animação 3-D, diretor de arte, inclusive de animação, técnico/chefe de som direto, montador/editor de imagem, diretor musical/compositor de trilha original, ator(es) ou atriz(es) principal(is) ou dublador(es) principal(is), no caso de animação, produtor executivo, editor de som principal ou desenhista de som e mixador de som.

A Instrução Normativa nº 104 também previu a possibilidade de outras funções artísticas e técnicas, além das acima listadas, serem consideradas para fins de cálculo de participação, cabendo à Diretoria Colegiada da Ancine tal autorização. No entanto, prestadores de serviços que não guardem valor técnico e artístico específico da atividade de produção audiovisual, como por exemplo segurança, limpeza, transporte, alimentação, ajudante, apoio administrativo e figuração de elenco, foram expressamente excluídos do rol de funções aptas para atender ao percentual mínimo de 2/3.

b. *Ser produzida por empresa brasileira registrada na Ancine, nos casos em que haja associação com empresas de outros países com os quais o Brasil possui acordo de coprodução cinematográfica.*

3. Art 2º, XVIII, “c”, Lei 12.485/2011.

4. Dispõe sobre o Registro de Obra Audiovisual Não Publicitária Brasileira, a emissão de Certificado de Produto Brasileiro e dá outras providências.

5. Por exemplo, se o mesmo profissional atuar como “roteirista” e “ator”, ele será contabilizado duas vezes para fins de observância do percentual mínimo de 2/3 de artistas e técnicos exigido pela MP nº 2.228-1/2001 para que a obra audiovisual seja considerada como “brasileira”.

aspectos gerais dos acordos

tipo	país	destinação (segmentos de mercado)	divisão patrimonial	equipe técnica	idioma
bilateral	alemanha	televisão salas de exibição outros meios digitais	80%–20%	proporcional à divisão patrimonial podem ser aceitos profissionais residentes de países do mercosul e da união europeia	qualquer idioma comumente usado na alemanha e no brasil
	argentina	salas de exibição	80%–20%	proporcional à divisão patrimonial mediante aprovação prévia, será permitida a participação de artistas e técnicos de outros países	não há previsão
	canadá	televisão salas de exibição vídeo	80%–20%	proporcional à divisão patrimonial mediante aprovação prévia, será permitida a participação de artistas e técnicos de outros países	português inglês francês
	chile	televisão salas de exibição	80%–20%	proporcional à divisão patrimonial diretor brasileiro ou chileno, ou residentes no brasil ou no chile há pelo menos três anos equipe artística e técnica constituída por brasileiros e chilenos, ou residentes no chile e no brasil	não há previsão
	espanha	salas de exibição	60%–40%	proporcional à divisão patrimonial de nacionalidade espanhola ou brasileira	espanhol português

(continua na página seguinte)

aspectos gerais dos acordos

tipo	país	destinação (segmentos de mercado)	divisão patrimonial	equipe técnica	idioma
bilateral	frança	salas de exibição	80%–20%	proporcional à divisão patrimonial brasileiros, espanhóis ou nacionais de países mem- bros da união europeia	não há previsão
	índia	televisão salas de exibição outros meios	80%–20%	proporcional à divisão patrimonial brasileiros ou indianos, ou possuir residência perma- nente no brasil ou na índia	híndi outro dialeto indiano inglês português
	israel	televisão salas de exibição outros meios	80%–20%	proporcional à divisão patrimonial	português ou hebraico
	itália	salas de exibição	70%–30%	proporcional à divisão patrimonial um autor, um técnico, um intérprete de papel principal e um de papel secundário deve ser da nacionalidade do coprodutor minoritário	não há previsão
	portugal	salas de exibição	80%–20%	proporcional à divisão patrimonial	não há previsão
	venezuela	televisão salas de exibição outros meios	70%–30%	proporcional à divisão patrimonial, de acordo com tabela anexa ao acordo	não há previsão

(continua na página seguinte)

aspectos gerais dos acordos

tipo	país	destinação (segmentos de mercado)	divisão patrimonial	equipe técnica	idioma
bilateral	reino unido	televisão salas de exibição	80%–20%	proporcional à divisão patrimonial	inglês português língua regional/minoritária de uma das partes
multilateral	latino-americano ⁶	televisão salas de exibição outros meios	80%–20% (países não membros não podem ter mais do que 30%)	proporcional à divisão patrimonial	uma das línguas das regiões dos coprodutores

A obra a que se refere a alínea b, acima é aquela que se torna brasileira pela relação de coprodução com empresa sediada em país com o qual o Brasil mantenha acordo de coprodução. Nesses casos, a aprovação dos projetos pela Ancine deverá observar as regras específicas dos acordos de coprodução (ver tabela nas páginas 21-22), e também os procedimentos dispostos na Instrução Normativa nº 106 da Ancine, que versa sobre o pedido de Reconhecimento Provisório de Coprodução Internacional.

Atualmente, o Brasil é signatário de 14 acordos de coprodução, sendo 12 bilaterais e 2 multilaterais. O Senado aprovou uma Emenda ao Convênio de Integração Cinematográfica Ibero-Americana para atualização de seu texto e está aguardando a promulgação.

O segundo Acordo Multilateral mencionado é o “Convênio de Integração Cinematográfica Ibero-Americana”⁷, que tem como objetivo a contribuição ao desenvolvimento da atividade audiovisual dentro dos países signatários, com o estímulo à assinatura de acordos de cooperação e coprodução e o aperfeiçoamento dos sistemas e mecanismos de financiamento da atividade cinematográfica.

Importante destacar que todas as obras audiovisuais produzidas em regime de coprodução internacional a partir de acordos internacionais precisam solicitar previamente ao início das filmagens a aprovação do Reconhecimento Provisório

de Coprodução Internacional, momento no qual será demonstrado à Ancine, órgão brasileiro competente, e à autoridade competente do país do coprodutor que a obra audiovisual atende aos requisitos legais previstos.

Para tanto, deverão ser encaminhados documentos como: roteiro, contrato de coprodução firmado entre as partes, indicação dos artistas e técnicos que participarão da obra, orçamento analítico diferenciando as rubricas de responsabilidade de cada um dos coprodutores e outros listados nos acordos acima mencionados.

- c. *Ser produzida por empresa brasileira, quando em associação com empresas de países com os quais o Brasil não possua acordo de coprodução, caso em que a produtora brasileira deverá possuir no mínimo 40% dos direitos patrimoniais sobre a obra, além de contar com pelo menos 2/3 de brasileiros na equipe de artistas e técnicos para a realização da produção.*

O legislador previu também a possibilidade de reconhecimento de coprodução internacional mesmo em relações com empresas de países com os quais o Brasil não mantém Acordo Internacional, estipulando, assim, uma regra geral.

Nesses casos, uma titularidade mínima de Direitos Autorais Patrimoniais é resguardada à parte brasileira (mínimo de 40%), além da manutenção de percentual mínimo de participação de equipe artística e técnica, observadas as regras procedimentais previstas

na Instrução Normativa nº 106 da Ancine. Neste caso, também se aplica a descrição das funções que compõem a fração de 2/3 feita pela Instrução Normativa nº 104 e mencionadas no item (a) acima: autor do argumento, roteirista, diretor ou diretor de animação, diretor de fotografia, inclusive no caso de animação 3-D, diretor de arte, inclusive de animação, técnico/chefe de som direto, montador/editor de imagem, diretor musical/compositor de trilha original, ator(es) ou atriz(es) principal(is) ou dublador(es) principal(is), no caso de animação, produtor executivo, editor de som principal ou desenhista de som e mixador de som.

i.b obra audiovisual brasileira independente

“...a instrução normativa nº 100 teve seu escopo de atuação ampliado também à política de fomento da ancine, causando, assim como a deliberação nº 95, um grande impacto no mercado audiovisual brasileiro...”

A MP nº 2.228-1/2001 definiu “obra brasileira independente” como aquela produzida por empresa produtora que *“não tenha qualquer associação ou vínculo, direto ou indireto, com empresas de serviços de radiodifusão de sons e imagens ou operadoras de comunicação eletrônica de massa por assinatura”*, devendo esta ser a detentora majoritária dos direitos patrimoniais sobre a obra.

Com o amadurecimento da legislação aplicável, a Ancine passou a aprofundar o conceito de “independência”, aplicando-o também no âmbito das relações comerciais inerentes às obras audiovisuais.

Uma das primeiras medidas adotadas e que causou grande impacto no mercado audiovisual foi a Deliberação nº 95/2010 que tem como objeto o estabelecimento de limitações e critérios à transferência de direitos patrimoniais e de direitos de exploração comercial de obras audiovisuais produzidas com recursos de renúncia fiscal (recursos incentivados) cuja destinação inicial seja o mercado de televisão, radiodifusão de sons e imagens (TV aberta) ou comunicação eletrônica de massa por assinatura (TV paga).

6. Países signatários: Argentina, Brasil, Colômbia, Costa Rica (por adesão), Cuba, Equador, Espanha (por adesão), México, Nicarágua, Panamá, Paraguai (por adesão), Peru, República Dominicana, Uruguai (por adesão) e Venezuela.

7. Países signatários: Argentina, Brasil, Colômbia, Bolívia, Cuba, Equador, Espanha (por adesão), México, Nicarágua, Panamá, Peru, República Dominicana e Venezuela.

A Deliberação nº 95 teve como objetivo equilibrar as relações entre as produtoras e as empresas beneficiárias de isenção tributária que dispõem de recursos incentivados para investimento em obras audiovisuais, quando da coprodução de obras audiovisuais realizadas em contrapartida ao investimento de recursos através de mecanismos de isenção fiscal, inclusive em relação à repartição dos rendimentos comerciais futuros dessas obras.

Aplicável às obras audiovisuais produzidas com recursos decorrentes dos mecanismos de incentivo dispostos no artigo 39, X da MP nº 2.228-1/2001 e nos arts. 3º e 3ºA da Lei nº 8.685/1993, a Deliberação 95 estabeleceu que:

- a. os rendimentos decorrentes da exploração comercial de tais obras devem conferir à empresa produtora proponente, no mínimo, o percentual correspondente à partição de seus direitos patrimoniais sobre a obra, independente do segmento de mercado e do território a ser explorado;
- b. os direitos de comunicação pública e exploração comercial da obra, cedidos pela empresa produtora à empresa emissora/programadora beneficiária da isenção tributária, para exibição em seus próprios canais de programação em todos os territórios ficam limitados ao prazo de 5 anos, contados da emissão do Certificado de Produto Brasileiro da obra⁸;

- c. os direitos patrimoniais relativos a elementos derivados da obra audiovisual, incluindo marcas, personagens, enredo, trilha sonora, entre outros, e as receitas decorrentes da exploração comercial deles, devem conferir à empresa produtora proponente, no mínimo, o percentual correspondente à partição de direitos patrimoniais sobre a obra;
- d. os direitos dirigentes⁹ sobre o patrimônio da obra audiovisual e seus elementos derivados, incluindo aí o direito de decisão sobre realização de novas temporadas da obra seriada ou nova produção da obra, devem ser preservados em poder da empresa produtora proponente.

Outro ato normativo que merece destaque ao falarmos de obras audiovisuais brasileiras independentes é a Instrução Normativa nº 100/2012, responsável pela regulamentação da Lei nº 12.485/2011 (Lei do SeAC), que introduziu o conceito de “poder dirigente”.

A Instrução Normativa nº 100/2012, posteriormente alterada pela Instrução Normativa nº 121/2015, não se restringiu apenas às obrigações relacionadas ao cumprimento de cotas, tendo seus comandos legais produzido reflexos em todo o ordenamento jurídico de competência da Agência, em especial à Política de Fomento, que integrou os seguintes conceitos:

- a. obras constituintes de espaço qualificado – obras audiovisuais seriadas ou não seriadas dos tipos ficção, documentário, animação, reality show, videomusical e variedades;
- b. conteúdo brasileiro independente – conteúdo que se enquadre como constituinte de espaço qualificado e que seja produzido por produtora brasileira independente, desde que:
 - b.1. o poder dirigente e o domínio dos direitos patrimoniais majoritários sobre a obra sejam detidos por uma ou mais produtoras brasileiras independentes (em caso de coprodução internacional, poderão ser detidos por empresas produtoras independentes, de qualquer nacionalidade);
 - b.2. as obras produzidas a partir de elementos ou criações intelectuais protegidas, preexistentes só serão consideradas independentes se o titular dos direitos patrimoniais sobre tais elementos e criações não tiver relações de controle, coligação, associação ou vínculo com radiodifusoras, programadoras ou empacotadoras.

A exceção encontra-se no caso de obras audiovisuais destinadas inicialmente ao segmento de mercado de salas de exibição, uma vez que, havendo autorização por escrito no titular dos direitos sobre os elementos e criações intelectuais protegidas e preexistentes que permita a exploração econômica

pela produtora brasileira independente da obra audiovisual sem limitação no espaço e no tempo e sem que haja a necessidade de anuência a cada contratação, a obra audiovisual será considerada como independente.

Inicialmente aplicada apenas às políticas de cota de programação introduzidas pela Lei nº 12.485/2011, a Instrução Normativa nº 100 teve seu escopo de atuação ampliado também à política de fomento da Ancine, causando, assim como a Deliberação nº 95, um grande impacto no mercado audiovisual brasileiro, levando à alteração sistemática dos parâmetros de negociações comerciais até então costumeiras e acarretando o aumento do poder de negociação das produtoras brasileiras independentes.

8. Os direitos de exploração comercial e comunicação pública da obra podem ser estendidos em períodos de até 1 (um) ano quando houver investimento, por parte da empresa emissora/programadora, em nova temporada da obra audiovisual seriada ou de uma obra audiovisual derivada. A extensão dos direitos de comunicação pública ou de exploração comercial fica limitada aos territórios e segmentos de mercado contratados pela empresa emissora/programadora no contrato original.

9. A Deliberação nº 95 trouxe pela primeira vez ao ordenamento jurídico da Ancine o conceito que viria a ser implementado como “Poder Dirigente”.

i.c coprodução internacional

“as obras realizadas em regime de coprodução internacional precisam observar as regras da instrução normativa nº 106 da ancine, principalmente se tiverem como objetivo o acesso a mecanismos de fomento...”

Ao apresentar os requisitos que devem ser observados pelas obras audiovisuais para que estas sejam consideradas como “brasileiras”, nos termos da MP nº 2.228-1/2001, foram destacadas as hipóteses de coprodução internacional realizadas dentro ou fora dos acordos de coprodução dos quais o Brasil seja signatário (vide I.A. acima). No presente tópico vamos aprofundar essas hipóteses, demonstrando os procedimentos que devem ser realizados junto à Ancine e os benefícios que se aplicam às obras produzidas em regime de coprodução internacional.

As obras realizadas em regime de coprodução internacional precisam observar as regras da Instrução Normativa nº 106 da Ancine, principalmente se tiverem como objetivo o acesso a mecanismos de fomento. A avaliação prévia, denominada Reconhecimento Provisório de Coprodução¹⁰, avaliará a observância de todos os requisitos previstos, confirmará a existência de proporcionalidade entre o aporte de recursos feito por cada produtor e a divisão de direitos patrimoniais, para fins de atendimento ao mínimo previsto nos acordos de coprodução, ou de 40% no caso de obras realizadas fora do acordo, a repartição das receitas de comercialização, de tal forma que se assegure a adequada rentabilidade dos agentes econômicos brasileiros e a observância da adequação dos artistas e técnicos, que pode tanto ser de 2/3 de brasileiros natos ou naturalizados há mais de 3 anos ou nos termos dos acordos de coprodução.

Procedimento semelhante também deverá ser realizado no país de origem do coprodutor para que, com o reconhecimento da coprodução internacional, sejam concedidas algumas vantagens, como por exemplo, a possibilidade de utilização de mecanismos de fomento locais.

O reconhecimento da coprodução internacional também concede outras vantagens às produtoras das obras audiovisuais, como a facilitação para entrada e permanência de técnicos e artistas estrangeiros, bem como a importação e exportação de equipamentos necessários à produção da obra e também a possibilidade de transferência de know-how entre as produtoras nacionais e estrangeiras, proporcionando ao produtor brasileiro a ampliação de seus horizontes com a visão de outros mercados audiovisuais.

Sob a ótica comercial, a coprodução amplia o alcance da obra audiovisual desde o seu nascimento, potencializando as possibilidades de licenciamento.

Por fim, por ser considerada nacional, a obra produzida também poderá ser beneficiada com políticas de cota de tela nos países coprodutores. Em relação ao Brasil, a cota de tela prevista para o cinema foi ampliada pelo marco legal do Serviço de Acesso Condicionado (TV fechada), a Lei nº 12.485/2011, que trouxe grande impacto ao setor ao ampliar significativamente a demanda por conteúdo audiovisual brasileiro.

A regulação de cota de tela introduziu ao ordenamento obrigações a todos os agentes envolvidos, criando requisitos específicos para classificação das obras nos parâmetros da Lei (obra brasileira, obra brasileira independente etc.), contudo, tais regras passaram a ser aplicadas extensivamente a todos os segmentos de mercado, alcançando também as obras realizadas em regime de coprodução internacional.

Atualmente, pela norma vigente, para que obras realizadas em regime de coprodução internacional sejam consideradas como “independentes”, o poder dirigente¹¹ e o domínio dos direitos patrimoniais majoritários devem ser detidos por empresas produtoras independentes, de qualquer nacionalidade, respeitados os limites mínimos de participação do produtor brasileiro independente, estabelecidos seja pela MP nº 2.228-1/2001 (mínimo de 40%) ou pelos acordos internacionais acima listados.

Importante esclarecer, ainda, neste ponto, que os recursos oriundos de mecanismos federais de coprodução disponibilizados pela legislação brasileira (art 3ºA da Lei do Audiovisual, por exemplo) integram, por óbvio, o investimento da parte brasileira. De certo, portanto, que a coprodução firmada nesses casos não será considerada como coprodução internacional, mesmo que a empresa investidora beneficiária do mecanismo de fomento seja estrangeira.

10. Nos casos em que o projeto de produção não está amparado por acordo internacional e não sejam utilizados recursos públicos federais, o reconhecimento provisório é dispensado.

11. Aqui, cabe mencionar que quando a Instrução Normativa nº 100 foi publicada, a definição de poder dirigente gerou o entendimento de que, para uma obra ser considerada como “obra audiovisual brasileira independente”, a produtora brasileira independente deveria ser a detentora majoritária dos seus direitos patrimoniais, o que, como já foi mencionado, nem sempre ocorre nos casos de coproduções internacionais.

Assim, com base nesta definição e na aplicabilidade dos fundamentos da Lei nº 12.485/2011 na atividade de fomento da Ancine, as obras audiovisuais realizadas em regime de coprodução, no qual a produtora brasileira fosse minoritária, deixaram de ser consideradas como “brasileiras” e, conseqüentemente, de estar aptas à captação de recursos incentivados. Tal questão levou a Ancine a atualizar a definição de “poder dirigente”, através da Instrução Normativa nº 121.

estúdio lógos

unimos design e conteúdo para encontrar a verdade de cada cliente e revelá-la com beleza.

design gráfico, produção e edição de conteúdo impresso e digital: livros, catálogos, guias, periódicos, branded content, publicações institucionais e sites.

se você precisa de um produto ou estratégia que envolva design e conteúdo, verdade e beleza, conte com a gente! estudiologos.com.br

conteúdo verbal e visual para redes sociais.

criação de campanhas para mídia impressa e digital.

identidade visual: logotipo, papelaria e aplicações físicas e digitais.

expografia: vitrines, estandes, sinalização e exposições.



alumni



Cesnik Quintino & Salinas

A D V O G A D O S

Escritórios internacionais em Paris e Los Angeles

Cesnik, Quintino e Salinas Advogados oferece às empresas brasileiras de mídia e entretenimento serviços de apoio a seus negócios além de nossas fronteiras. A partir das bases de trabalho de Los Angeles, na Califórnia, e de Paris, na França, o escritório está à disposição do seu cliente para auxiliar na negociação com empresas de entretenimento globais, bem como com agências de talento e demais players do mercado. A atuação dessas unidades se estende para toda a América do Norte e Europa.

Além disso, as bases internacionais atendem empresas estrangeiras que queiram entender como navegar no sistema de direito brasileiro: constituição de empresas, análises tributárias, compliance, contratos, regulatório audiovisual e demais demandas de nossa especialidade.

cesnik@cqs.adv.br

Los Angeles
11111 Santa Monica Blvd.
Suite 500
Los Angeles, CA 90025
+1 424 9032818

Paris
11 rue Saint-Florentin
75008
+33 6 7417 5633

capítulo ii
financiamento indireto –
incentivo fiscal

capítulo ii

financiamento indireto – incentivo fiscal

ii.a dinâmica de funcionamento do incentivo fiscal

“a dinâmica de funcionamento de quaisquer dos mecanismos de incentivo fiscal ao audiovisual envolve necessariamente a presença dos seguintes atores: estado, proponentes e contribuintes...”

A legislação atual prevê a existência de diversos mecanismos de incentivo fiscal específicos para o setor audiovisual, cada qual com suas particularidades – seja em relação ao benefício fiscal que é concedido (e assim, em relação ao contribuinte que dele pode fazer uso), seja com relação às atividades financiadas (variando entre produção, distribuição ou exibição de obras audiovisuais).

Antes de analisarmos as características de cada um deles, contudo, é preciso enfatizar que os mecanismos de incentivo fiscal se revelam como ferramenta de indução positiva (ou premial), utilizada pelo Estado para conferir vantagens (de natureza fiscal) a pessoas ou empresas que praticam um determinado comportamento, tido como salutar para o Estado e para a sociedade.

No caso específico dos incentivos ao audiovisual, o comportamento premiado é justamente a canalização de recursos para projetos de produção, distribuição ou exibição de obras audiovisuais. Ao praticá-lo, na forma e condições exigidas pela legislação, o contribuinte passa a ter o direito de fruir da vantagem tributária, isto é, terá o direito de pagar menos tributo do que deveria pagar caso não houvesse transferido recursos ao projeto.

Neste sentido, a dinâmica de funcionamento de quaisquer dos mecanismos de incentivo fiscal ao audiovisual envolve necessariamente a presença dos seguintes atores: Estado, proponentes e contribuintes. Sem a participação desses três agentes, a relação idealizada pelo mecanismo de incentivo fiscal não ocorre.

Vamos analisar mais de perto cada uma dessas figuras:

Proponentes

São os responsáveis pela concepção e estruturação dos projetos de produção, distribuição e exibição de obras audiovisuais, e por submeter tais projetos à apreciação prévia do Estado (por meio dos órgãos competentes em cada esfera de governo). Posteriormente, e uma vez tendo obtido financiamento para seu projeto, o proponente é, de acordo com a legislação, o responsável pela execução integral do projeto por ele desenvolvido, devendo inclusive prestar contas da realização do projeto e da utilização dos recursos captados por meio dos mecanismos de incentivo fiscal;

Estado

Ao Estado, inicialmente, cumpre estabelecer a renúncia fiscal, sem a qual o mecanismo de incentivo simplesmente não existe. Em outras palavras, o Estado renuncia parcialmente ao direito que ele teria de receber determinados tributos, para que tais recursos possam ser destinados a projetos audiovisuais. Também cabe ao Estado, na dinâmica de funcionamento dos incentivos, avaliar previamente os projetos de produção, distribuição e exibição de obras audiovisuais

apresentados pelos proponentes quanto à sua adequação à legislação vigente e então aprová-los ou não. Por fim, também é função do Estado acompanhar a execução de todos os projetos que, aprovados, vieram a obter financiamento, de modo a garantir que os recursos aplicados na execução dos projetos atendam fielmente às finalidades previstas pela legislação.

Contribuintes

Por fim, aos contribuintes cumpre canalizar uma parcela do tributo por eles devido a projetos audiovisuais previamente aprovados pelo Estado, na forma e condições estabelecidas pela legislação, de modo a possibilitar a fruição dos benefícios fiscais. Os contribuintes têm o direito de escolher os projetos que desejam financiar (ou até mesmo escolher se querem, ou não, financiar algum projeto) e, em o fazendo, passam a ter direito ao benefício fiscal.

Na dinâmica de funcionamento dos incentivos, a iniciativa privada (por meio dos proponentes e dos contribuintes) é chamada a participar decisivamente do processo, sempre sob supervisão e fiscalização do Estado.

A partir disso, podemos classificar os vários mecanismos de incentivo fiscal existentes em três categorias, a saber:

Mecanismos de investimento

Aqueles nos quais o contribuinte do tributo, que transfere recursos para um projeto audiovisual fazendo uso da renúncia fiscal, torna-se investidor no projeto e, portanto, faz jus a uma parcela do resultado econômico que vier a ser obtido a partir daquele projeto;

Mecanismos de patrocínio

Aqueles nos quais o contribuinte do tributo, que transfere recursos para um projeto audiovisual fazendo uso da renúncia fiscal, tem o direito de expor o seu nome, marca ou produto no âmbito do projeto audiovisual patrocinado, obtendo, assim, contrapartidas promocionais ou publicitárias;

Mecanismos de coprodução

Aqueles nos quais o contribuinte do tributo, que transfere recursos para um projeto audiovisual fazendo uso da renúncia fiscal, passa a ser coprodutor daquela obra e, como tal, possui participação nos direitos patrimoniais sobre a obra e no resultado da sua exploração comercial.

ii.b lei do audiovisual (lei nº 8.685/93)

A Lei do Audiovisual (Lei nº 8.685/93) representa hoje uma das mais importantes ferramentas de incentivo à atividade audiovisual, sobretudo em função da diversidade de mecanismos de incentivo por ela previstos e pelo volume de recursos que canaliza para o setor.

Os mecanismos de incentivo estabelecidos pela Lei do Audiovisual estão previstos nos seus artigos 1º, 1ºA, 3º e 3ºA, cada qual com suas especificidades, conforme veremos:

Artigo 1º

Trata-se de mecanismo de incentivo de **investimento**, na medida em que confere ao contribuinte financiador o direito de participar do resultado comercial do projeto. A participação do financiador se dá por meio da aquisição de quotas do filme, ofertadas publicamente sob a supervisão da Comissão de Valores Mobiliários (CVM). Ao adquirir (subscrever, na linguagem do mercado de valores mobiliários) as quotas, o financiador passa a ter direito ao benefício fiscal.

O artigo 1º da Lei do Audiovisual beneficia exclusivamente a produção de obras **cinematográficas** brasileiras e independentes, de curta, média ou longa-metragem.

Para esse mecanismo, apenas obras finalizadas em suporte película ou digital, destinadas original e prioritariamente para o mercado de salas de exibição, poderão se beneficiar deste mecanismo de incentivo.

Financiador

Os contribuintes que podem fazer uso do incentivo fiscal e, com isso, se tornar investidores dos projetos audiovisuais contemplados por este mecanismo são as pessoas jurídicas tributadas pelo regime de lucro real e as pessoas físicas que optarem por efetuar a declaração do Imposto de Renda pelo formulário completo.

Benefício fiscal

As empresas investidoras podem abater os valores investidos como despesa operacional (apenas para fins de apuração do Imposto de Renda), além de descontar a integralidade do investimento feito do Imposto de Renda devido, obtendo, assim, um retorno tributário de até 125% do valor aportado no projeto (até o limite de 3% do imposto devido). Exemplo: um investimento de R\$ 40 mil em um projeto gera uma redução tributária de R\$ 50 mil ao contribuinte financiador. Além disso, como já afirmado, o investidor se torna cotista do produto resultante e participa do resultado do projeto.

Já os indivíduos podem abater 100% dos montantes aplicados aos projetos, até o limite de 6% (seis por cento) do valor do Imposto de Renda devido e também se tornam cotistas da obra.

Limite do mecanismo para os proponentes de projetos

O teto para utilização do artigo 1º é de R\$ 4 milhões de reais, por projeto. Na composição das fontes de financiamento, o limite do mecanismo é aplicado quando utilizado em conjunto com o mecanismo do artigo 1º A, o qual será apresentado adiante.

Artigo 1º A

Trata-se de mecanismo de patrocínio, o que, como já visto, significa que o contribuinte financiador obtém contrapartidas promocionais e publicitárias em função do aporte de recursos que faz ao projeto, não participando do seu resultado comercial.

O artigo 1º A foi introduzido na Lei do Audiovisual pela Lei nº 11.437/2006 e, por isso, o objeto de sua utilização é mais amplo do que o do artigo 1º, em consonância com o advento das novas mídias digitais e visando à aproximação entre produtoras brasileiras independentes e o mercado de televisão (aberta ou fechada). Assim é que o artigo 1ºA possibilita o financiamento dos seguintes tipos de obras audiovisuais, cinematográficas e videofonográficas (sempre brasileiras e independentes), nos seguintes formatos:

- a. longa, média e curta-metragem;
- b. telefilme;
- c. minissérie;
- d. obra seriada;
- e. programa para televisão de caráter educativo e cultural.

Como se pode perceber, o artigo 1º A possibilita a produção de um leque mais amplo de formatos de obras audiovisuais e voltado também para outros segmentos de mercado. Sua importância em termos de utilização pelas produtoras tem crescido gradativamente, desde sua criação.

Financiador

Assim como no artigo 1º, podem utilizar o artigo 1ºA as empresas brasileiras tributadas pelo lucro real e as pessoas físicas que optarem pela declaração do IR no formulário completo.

Benefício fiscal

O financiador pessoa jurídica poderá abater a totalidade do valor do Imposto de Renda devido até o limite de 4% do imposto a pagar. Neste mecanismo, é vedado o lançamento do aporte como despesa operacional. As pessoas físicas também podem abater a totalidade do aporte realizado, até o limite de 6% do imposto devido. O limite de isenção previsto para o mecanismo do artigo 1º A está associado ao limite previsto para a Lei Rouanet.

Limite do mecanismo para os proponentes de projetos

O teto para utilização do artigo 1º A em um mesmo projeto audiovisual é de R\$ 4 milhões de reais por projeto, o mesmo limite se aplicando para a utilização conjunta com o mecanismo do artigo 1º, como afirmado anteriormente.

Artigo 3º

Trata-se de mecanismo de coprodução que busca possibilitar a aproximação entre agentes próprios do setor audiovisual. Assim é que os contribuintes do Imposto de Renda incidente sobre a remessa de *royalties* ao exterior (nos termos do artigo 13 do Decreto-Lei nº 1.089/70, alterado pelo artigo 2º da Lei do Audiovisual) em função da exploração de obras audiovisuais estrangeiras em território nacional, poderão beneficiar-se de abatimento do imposto devido, desde que invistam em projetos aprovados neste mecanismo pela Ancine.

No caso, o contribuinte se torna coprodutor do projeto audiovisual em parceria com a produtora brasileira proponente do projeto. Dessa forma, a empresa contribuinte celebra com a produtora proponente um contrato de coprodução pelo qual, além de participação no eventual resultado comercial daquele determinado projeto, ela pode se tornar licenciada de outros direitos sobre a obra (direito de distribuição, por exemplo).

O artigo 3º pode contemplar obras cinematográficas e videofonográficas, nos seguintes formatos:

- a. coprodução de obra cinematográfica de longa, média e curta-metragem;
- b. coprodução de telefilme;
- c. coprodução de minissérie;
- d. desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas.

Financiador

Empresas estrangeiras que recebam *royalties* decorrentes de exploração de obra audiovisual no Brasil (o benefício fiscal incide sobre o imposto sobre esta remessa, retido e pago no Brasil conforme legislação que rege a matéria).

Benefício fiscal

A empresa contribuinte do Imposto de Renda na forma descrita acima poderá verter até 70% (setenta por cento) do imposto devido, calculado sobre o valor de cada remessa de valores que faz ao exterior. Cabe assinalar, ainda, que a legislação estabelece que a empresa que fizer uso do mecanismo do artigo 3º da Lei do Audiovisual gozará também, automaticamente, de não incidência da Condecine Remessa (artigo 49, § único, da MP nº 2.228-1/2001).

Limite do mecanismo para os proponentes de projetos

O teto para utilização do artigo 3º em um mesmo projeto audiovisual é de R\$ 3 milhões de reais por projeto, o mesmo limite se aplicado para a utilização conjunta com o mecanismo do artigo 3º A, conforme se verá adiante.

Artigo 3º A

Trata-se, assim como o artigo 3º, de mecanismo de coprodução que busca possibilitar a aproximação entre agentes próprios do setor audiovisual, em especial o mercado de televisão (aberta ou fechada), uma vez que se trata de benefício fiscal sobre o imposto devido por empresas ao adquirirem direitos de transmissão de eventos (culturais ou esportivos) realizados no exterior ou obras audiovisuais para programação – tributo este que pode ser vertido para a produção de obras nacionais independentes.

Assim é que os contribuintes do Imposto de Renda incidente sobre a remessa de valores ao exterior nos termos do artigo 72 da Lei nº 9.430/96 poderão beneficiar-se de abatimento do imposto devido, desde que invistam em projetos aprovados neste mecanismo pela Ancine.

No caso, o contribuinte se torna coprodutor da produtora brasileira proponente do projeto audiovisual. Na prática, por este mecanismo de incentivo, o contribuinte celebra com a produtora proponente um contrato de coprodução pelo qual, além de participação no patrimônio da obra, ela também pode adquirir outros direitos inerentes ao produtor (por exemplo, o direito de comunicação pública no canal/emissora).

O artigo 3º A pode ser utilizado para desenvolvimento de projetos de produção de obras cinematográficas brasileiras de longa-metragem de produção independente e na coprodução de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de produção independente de curtas, médias e longas-metragens, documentários, telefilmes e minisséries.

Financiador

O contribuinte do imposto sobre o qual se confere este benefício fiscal é, do ponto de vista jurídico, a empresa estrangeira que recebe, no exterior, os valores relativos à aquisição do direito de transmissão dos eventos ou do direito de exibição de programas e obras audiovisuais. A empresa que adquire tais direitos é responsável pela retenção do tributo na fonte, efetuando o pagamento do imposto em nome da empresa estrangeira, conforme legislação que rege a matéria. Em função disso, o artigo 3ºA, § 1º, da Lei do Audiovisual estabelece que a empresa brasileira responsável pelo recolhimento do tributo tem direito de preferência para a utilização do benefício (desde que devidamente autorizada pelo contribuinte).

Benefício fiscal

A empresa contribuinte do Imposto de Renda na forma descrita acima poderá verter até 70% (setenta por cento) do imposto devido, calculado sobre o valor de cada remessa de valores que faz ao exterior. Diferentemente do mecanismo do Art 3º, não há previsão de não incidência da Condecine Remessa para o contribuinte que optar pela utilização do mecanismo do Art 3ºA.

Limite do mecanismo para os proponentes de projetos

O teto para utilização do artigo 3ºA em um mesmo projeto audiovisual é de R\$ 3 milhões de reais por projeto, o mesmo limite se aplicado para a utilização conjunta com o mecanismo do artigo 3º, como visto anteriormente.

ii.c medida provisória nº 2.228-1/2001

Artigo 39, X

De maneira similar à sistemática adotada pelos mecanismos do artigo 3º e 3ºA da Lei do Audiovisual, trata-se aqui de um mecanismo típico de coprodução, na medida em que o contribuinte financiador torna-se coprodutor da obra audiovisual, associando-se ao proponente na exploração comercial das obras produzidas.

As principais utilizadoras deste mecanismo de incentivo são as programadoras internacionais de televisão fechada (TV paga), que adquirem o material de sua programação no exterior e em função disso são contribuintes da Condecine.

O mecanismo do artigo 39, X, da Medida Provisória nº 2.228/2001 permite o apoio a projetos de coprodução de obras audiovisuais brasileiras de produção independente, nos seguintes formatos:

- a. longa, média e curta-metragem;
- b. telefilme;
- c. minissérie;
- d. programa de televisão de caráter educativo e cultural.

Com isso a programadora recebe, além de benefício fiscal, produtos audiovisuais que podem ser adicionados à sua grade de programação, no Brasil e no exterior, além da cotitularidade sobre o patrimônio da obra.

Benefício fiscal

Este mecanismo isenta as programadoras de TV por assinatura do pagamento do tributo CONDECINE, desde que invistam o valor equivalente a 3% do valor da remessa feita ao exterior em projetos previamente aprovados pela Ancine. Na prática, o contribuinte deixa de pagar o tributo à alíquota de 11% para aportar 3% na coprodução de obras audiovisuais de cuja exploração comercial elas podem participar em conjunto com o proponente do projeto.

Não existe limite de valor para utilização deste benefício em um mesmo projeto.

Artigo 41 – Funcine

Os Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional (Funcines) foram lançados no dia 11 de novembro de 2003, a partir regulamentação editada pela Ancine (Instrução Normativa nº 17, de 7 de novembro de 2003) e pela Comissão de Valores Mobiliários (Instrução CVM nº 398, de 28 de outubro de 2003) por força da previsão contida na Medida Provisória 2.228-1/2001.

Os Fundos de Investimento, por sua natureza, canalizam recursos administrados de forma organizada e profissional que buscam rentabilidade. Os Funcines não são diferentes. A cada ano, esse instituto pouco conhecido pelos operadores do mercado financeiro vai ganhando força e “popularidade”.

Esses fundos serão constituídos sob a forma de condomínio fechado, sem personalidade jurídica e administrados por instituição financeira autorizada pelo Banco Central do Brasil.

O patrimônio dos Funcines será representado por cotas emitidas sob a forma escritural, alienadas ao público com a intermediação da instituição administradora do Fundo.

Os Funcines deverão manter, no mínimo, dez por cento do seu patrimônio aplicados em títulos emitidos pelo Tesouro Nacional e/ou pelo Banco Central do Brasil. A outra parcela do patrimônio será destinada a compra de direitos patrimoniais (participação) em projetos aprovados pela Ancine. Caberá ao próprio fundo definir o portfólio de investimentos, sempre respeitando as normas de seu regulamento.

Para que os projetos possam ser alvo de investimento e selecionados pelo Fundo, devem ser aprovados pela Ancine e poderão ter os seguintes objetivos:

- a. projetos de produção de obras audiovisuais brasileiras independentes realizadas por empresas produtoras brasileiras;
- b. construção, reforma e recuperação das salas de exibição de propriedade de empresas brasileiras;
- c. aquisição de ações de empresas brasileiras para produção, comercialização, distribuição e exibição de obras audiovisuais brasileiras de produção independente, bem como para prestação de serviços de infraestrutura cinematográficos e audiovisuais;
- d. projetos de comercialização e distribuição de obras audiovisuais cinematográficas brasileiras de produção independente realizados por empresas brasileiras;

- e. projetos de infraestrutura realizados por empresas brasileiras.

Transcorrido o prazo estabelecido no regulamento para a realização dos investimentos nos projetos previstos na MP nº 2.228, listados acima, inicia-se a fase de liquidação dos ativos do fundo. Todos os direitos que foram adquiridos e continuam em carteira do Fundo serão oportunamente liquidados e convertidos em dinheiro.

Completada a liquidação, terminado o prazo regulamentar do Funcine, o saldo de numerário apurado será distribuído entre os cotistas do fundo, na proporção de sua participação em cotas.

Caso haja remanescente de bens e direitos a liquidar, esses bens podem ser divididos proporcionalmente, detidos em condomínio entre os cotistas ou receber a destinação que deliberar a assembleia dos cotistas, na forma do regulamento do Fundo.

Não existe limite legal para uso desse benefício em projetos audiovisuais incentivados.

ii.d lei rouanet (lei federal nº 8.313/91)

A Lei Rouanet é a mais antiga das leis de incentivo fiscal em nível federal e atualmente vigentes, e sua dinâmica de funcionamento inspirou todos os demais mecanismos de incentivo – inclusive em nível estadual e municipal. Instituiu o assim chamado “mecenato cultural”, na medida em que busca estimular a participação de contribuintes do Imposto de Renda no processo de financiamento da cultura nacional.

Assim é que o objeto de estímulo da Lei Rouanet não se resume à atividade audiovisual, mas abarca também uma série de outras manifestações artísticas e culturais, tais como música, teatro, dança etc., por meio de dois mecanismos de incentivo distintos, previstos em seus artigos 18 e 26.

Ao contrário dos mecanismos de incentivo abordados até o momento, os benefícios da Lei Rouanet são administrados ora pela Ancine, ora pelo Ministério da Cultura, a depender da situação. Em matéria audiovisual, caberá a apresentação de projetos à Ancine na grande maioria dos casos, restando ao Ministério da Cultura competência para análise e aprovação em especial de projetos de produção de obras de curta e media-metragem, além dos projetos de desenvolvimento de jogos (games).

Além disso, a Lei Rouanet se configura em mecanismo de incentivo com natureza de patrocínio – não permitindo aos contribuintes financiadores qualquer participação no resultado da exploração comercial das atividades financiadas. Contudo, apresenta uma peculiaridade em relação aos demais mecanismos de incentivo ao audiovisual

ao prever a modalidade de aporte por doação, na qual o doador não tem direito sequer à exposição de sua marca ou a contrapartidas promocionais em função do aporte que realiza. Além disso, quando cabível, as regras de exposição de marca são mais restritivas.

Artigo 18

O artigo 18 da Lei Rouanet, em matéria audiovisual, beneficia projetos de produção de obras audiovisuais brasileiras, de produção independente, de curta ou média-metragem, exclusivamente.

Além disso, o artigo 18 também pode ser utilizado para projetos que tenham por objeto a realização de festivais nacionais ou internacionais de cinema, ou ainda para projetos que prevejam doações de acervos para cinematecas, bem como treinamento de pessoal e aquisição de equipamentos para a manutenção desses acervos.

Por fim, enquadram-se também no benefício fiscal do artigo 18 projetos que objetivem a preservação e difusão do acervo audiovisual.

Além dos festivais, já mencionados, podem entrar nessa modalidade de incentivo quaisquer ações relacionadas à preservação e/ou exibição pública de acervos audiovisuais, sejam eles brasileiros ou não, como mostras, festivais e outros.

Financiador

Empresas brasileiras tributadas no lucro real e indivíduos que optarem pela declaração do Imposto de Renda pelo formulário completo.

Benefício fiscal

O financiador, se pessoa jurídica, pode abater a totalidade do valor transferido ao projeto de seu Imposto de Renda devido, até o limite de 4% do imposto a pagar. Já os indivíduos também podem

abater a totalidade do valor aportado até o limite de 6% do Imposto devido, em cada período de apuração. Esses limites concorrem com os limites estabelecidos para os mecanismos de incentivo previstos na Lei do Audiovisual.

Como afirmado anteriormente, a Lei Rouanet permite ao financiador a opção pela realização do aporte nas modalidades doação ou patrocínio, sendo vedada a fruição de contrapartidas promocionais ou publicitárias no caso de doação. Quanto ao benefício fiscal, contudo, no artigo 18 não há distinção entre as modalidades, pois ambas permitem a dedução integral dos valores aportados aos projetos.

Artigo 26

O artigo 26 da Lei Rouanet, por sua vez, beneficia a produção dos seguintes formatos de obras audiovisuais (conforme Instrução Normativa Ancine nº 22/2003):

- a. telefilme;
- b. minissérie;
- c. obra seriada;
- d. programa para televisão de caráter educativo e cultural;

Cabe aqui lembrar que a Lei nº 11.437/2006 retirou do texto do artigo 25 da Lei Rouanet a possibilidade de produção de obras cinematográficas de longa-metragem, razão pela qual a produção deste formato não mais é possível pelos mecanismos previstos pela Lei Rouanet.

Além disso, a aprovação de projetos de produção de obras nos formatos acima se dá apenas no âmbito da Ancine, pois a Instrução Normativa que dá fundamento a este entendimento não possui validade no âmbito do Ministério da Cultura. Assim, o Ministério da Cultura tem se declarado incompetente para aprovação de obras nos formatos minissérie, telefilme ou obra seriada, informando aos proponentes que projetos dessa natureza devem ser submetidos à Ancine. Em nosso entendimento, o Ministério da Cultura não teria fundamento para agir dessa forma, considerando que o decreto que divide as competências entre Ministério e Ancine (Decreto nº 4.456/2002) não dispõe nesse sentido.

Por outro lado, o Ministério da Cultura tem avaliado e aprovado projetos de produção de programas de televisão de caráter educativo e cultural, propostos por emissoras públicas de televisão educativa, conforme previsão específica contida no artigo 25 da Lei do Audiovisual. Além disso, o Ministério da Cultura tem projetos de desenvolvimento de jogos eletrônicos (games).

Financiador

Empresas brasileiras tributadas no lucro real e indivíduos que optarem pela declaração do Imposto de Renda no formulário completo.

Benefício fiscal

Pelo artigo 26 da Lei Rouanet existe diferença, sob ponto de vista fiscal, se a utilização do mecanismo se dá pela modalidade doação ou patrocínio. O benefício fiscal estabelecido pelo artigo 26 dá direito ao patrocinador de abater 30% do valor por ele transferido, enquanto o doador tem direito ao abatimento de 40% dos valores aportados ao projeto, sempre observando o limite de 4% do imposto devido pelas pessoas jurídicas, ou 6% pelas pessoas físicas, em cada período de apuração do tributo.

Em qualquer dos casos, a empresa financiadora poderá lançar a integralidade do valor aportado ao projeto como despesa operacional, o que causa redução da carga tributária da empresa em aproximadamente 34% do valor lançado como despesa (exceção feita às

empresas de natureza financeira que recolhem Contribuição Social sobre Lucro Líquido à alíquota de 15% e, em função disso, gozam de redução de aproximadamente 40% do valor lançado como despesa operacional).

Ao final, a pessoa jurídica que aportar recursos a projetos aprovados nos termos do artigo 26 da Lei Rouanet gozará de benefício fiscal global de 64% dos valores transferidos, para patrocínios, e 74%, para doações. As empresas que recolhem Contribuição Social sobre Lucro Líquido à alíquota de 15% poderão beneficiar-se da redução de até 70% no caso de patrocínios e 80% para doações, em relação aos valores por elas transferidos.

ii.e mecanismos estaduais e municipais de incentivo ao audiovisual

Com base na competência tributária estabelecida na Constituição Federal, os Estados e municípios podem criar mecanismos de incentivo relacionados aos impostos de sua competência.

Os incentivos em âmbito estadual baseiam-se no Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual, Intermunicipal e de Comunicação (ICMS) que, além dos Estados, é também de competência do Distrito Federal.

Os incentivos municipais, por sua vez, relacionam-se ao Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU) e ao Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS), que são de competência dos municípios.

Assim como ocorre em âmbito federal, os mecanismos estaduais e municipais envolvem a participação do Estado – representado pelas respectivas secretarias de cultura –, proponentes e contribuintes dos impostos em questão. De forma geral, é necessário que os proponentes e os contribuintes estejam sediados no território do Estado ou do município relacionado ao mecanismo de incentivo, sendo que o projeto, igualmente, também deve ser executado no mesmo território.

Os mecanismos de incentivo fiscal são uma forma de estimular o apoio da iniciativa privada ao setor cultural. O Estado delega competência para a sociedade civil escolher onde investir parte dos impostos gerados.

Para mais informações acesse
manualdopatrocinator.com.br

capítulo iii

financiamento direto

capítulo iii

financiamento direto

iii.a fundo setorial do audiovisual (fsa)

O Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) é um programa específico do Fundo Nacional de Cultura, que é um fundo de natureza contábil. O FSA é destinado ao desenvolvimento de toda a cadeia produtiva da atividade audiovisual no Brasil. Criado pela Lei nº 11.437, de 28.12.2006 e regulamentado pelo Decreto nº 6.299, de 12/12/2007, tem por objetivo o financiamento de programas e projetos voltados para o desenvolvimento das atividades audiovisuais. Para tanto, o FSA conta principalmente com os recursos decorrentes da arrecadação da Condecine que, conforme previsto no artigo 1º da Lei nº 11.437/2006, serão totalmente destinados ao FSA.

Importante mecanismo de desconcentração de recursos, o FSA tem como obrigação legal a destinação de, no mínimo, 30% (trinta por cento) a produtoras brasileiras estabelecidas nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste e, no mínimo, 10% (dez por cento) ao fomento de produção de conteúdo audiovisual independente veiculado primeiramente nos canais comunitários, universitários e de programadoras brasileiras independentes¹², o que vem refletido em seus Editais.

Como opção do legislador, foi criado o “Comitê Gestor” com a finalidade de “estabelecer as diretrizes e definir o plano anual de investimentos, acompanhar a implementação das ações e avaliar, anualmente, os resultados alcançados”¹³, que em 16 de dezembro de 2013 publicou a primeira versão do Regulamento Geral do Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual

Brasileiro (Prodav) – RG, inserindo no ordenamento regulatório as normas e critérios para a aplicação dos recursos do Fundo nas ações voltadas para o desenvolvimento do audiovisual brasileiro. Em março de 2017 o Regulamento sofreu atualização, inclusive em relação ao prazo de vigência, cujas disposições orientarão as ações do PRODAV até 31 de dezembro de 2019.

Objetivos específicos do FSA (destaques) – induzir:

- i. o fortalecimento das programadoras brasileiras e a implantação de novos canais de televisão e de plataformas de VOD;
- ii. a organização de núcleos de criação em empresas audiovisuais e empresas especializadas no desenvolvimento de roteiros/projetos/formatos (em especial os relativos a obra seriadas);
- iii. o pré-licenciamento de conteúdos audiovisuais independentes;
- iv. a organização das grades de programação dos canais, estimulando procedimentos públicos/isonômicos de seleção de conteúdos independentes; e
- v. a redução das barreiras de acesso de produtoras e programadoras brasileiras a recursos financeiros.

Sistemas de financiamento automático e seletivo

Sistema automático

Aquele em que a seleção das ações financiadas é feita pelo beneficiário indireto¹⁴, em face de seu desempenho e práticas comerciais anteriores:

- a. por meio de sistema de recepção de propostas;
- b. mediante participação em projeto (exceção: transporte de sinal por satélite).

Sistema seletivo

Aquele em que a seleção das ações financiadas está a cargo de técnicos credenciados, sem participação de empresas, mediante critérios públicos peestabelecidos:

- a. por meio de chamadas públicas (edital) com participação do beneficiário direto.¹⁵

12. Art. 4º, § 3º da Lei nº 11.437/2006.

13. Art 5º da Lei nº 11.437/2006.

14. Beneficiário Indireto: empresas habilitadas a uma conta automática do Prodav; empresas que proponham investimentos seletivos em projetos de terceiros; e gestores de fundos de investimentos com participação do FSA.

15. Beneficiário Direto: pessoas físicas e jurídicas responsáveis pela execução dos projetos financiados pelo Prodav (produtoras brasileiras independentes, programadoras brasileiras, distribuidoras brasileiras de obras audiovisuais que atuem no mercado de salas de exibição, televisão etc.).

iii.a.1 suporte automático

No Suporte Automático há a figura do beneficiário indireto, que será um intermediário entre o FSA e o proponente. O beneficiário indireto será titular da conta automática, na qual será depositado um valor que deverá ser utilizado na produção de projetos de obras audiovisuais. A seleção do beneficiário indireto, assim como a definição do montante que será entregue a este é realizada com base em seu desempenho e práticas comerciais anteriores, comprovadas perante o Fundo através de documentos comprobatórios de licenciamentos, expectadores em cinema etc. Esta seleção é a primeira fase do Suporte Automático.

Definidos os beneficiários indiretos, passamos à segunda etapa, que consiste na seleção de projetos para a realização de investimentos. A seleção de tais projetos ficará a cargo dos beneficiários indiretos, seguindo as diretrizes expostas no edital específico. O beneficiário indireto então apresentará ao FSA a Proposta de Investimento para aprovação. Aprovada a proposta o beneficiário direto (titular do projeto selecionado) firmará o contrato com o FSA e receberá o valor do investimento a ser deduzido da conta do beneficiário indireto e investido no projeto.

Importante salientar que o Regulamento Geral do Prodav determina o montante máximo que cada projeto selecionado no âmbito do Suporte Automático poderá receber, de forma a impedir a concentração dos investimentos em poucos projetos.

Quadro de aportes máximos do Suporte Automático

- | | |
|--------------|---|
| a. | <u>Produção audiovisual</u> |
| i. | Longa-metragem de ficção ou animação
título: R\$ 4.500.000,00 |
| ii. | Telefilme de ficção
título: R\$ 1.000.000,00 |
| iii. | Documentário
título: R\$ 1.000.000,00 |
| iv. | Obra seriada de animação
minuto: R\$ 15.000,00 |
| v. | Obra seriada documental com até 13 capítulos ou episódios
capítulo ou episódio:
R\$ 105.000,00 |
| vi. | Obra seriada documental com mais de 13 capítulos ou episódios
capítulo ou episódio:
R\$ 75.000,00 |
| vii. | Obra seriada de ficção com até 13 capítulos ou episódios
capítulo ou episódio:
R\$ 300.000,00 |
| viii. | Obra seriada de ficção com 14 a 26 capítulos ou episódios
capítulo ou episódio:
R\$ 240.000,00 |
| ix. | Obra seriada de ficção com mais de 26 capítulos ou episódios
capítulo ou episódio:
R\$ 187.500,00 |

b. Programação de canal de televisão

Projeto de programação:
R\$ 10.000.000,00

Retorno do investimento

O FSA, na qualidade de investidor, terá direito a participação sobre as receitas do projeto. Tal participação será devida desde o momento da contratação do investimento e terminará em 7 (sete) anos após a data de primeira exibição comercial ou oferta pública da obra audiovisual. Constituem retorno do investimento do FSA:

- i. participação do FSA sobre os rendimentos econômicos da obra audiovisual (retorno financeiro);
- ii. doação de cópia da obra audiovisual para a Cinemateca Brasileira;
- iii. autorização à Ancine do uso de imagens, marcas, textos e documentos da obra e do projeto, com finalidade promocional e para informação pública;
- iv. autorização de reprodução e distribuição da obra para ações promocionais do FSA e da Ancine, nos termos de regulamento específico;
- v. fixação das marcas determinadas pela Ancine, nos créditos da obra e em suas peças promocionais gráficas e audiovisuais;
- vi. cessão de espaços para veiculação de mensagens publicitárias de utilidade pública e promoção da atividade audiovisual, na programação do canal.

O Regulamento Geral do Prodav determina as formas de retorno financeiro do FSA no âmbito do Suporte Automático (ver tabela na próxima página).

Apesar de o Regulamento Geral do Prodav indicar que estas são as modalidades de retorno financeiro do Suporte Automático, cumpre informar que muitos dos editais relativos ao Suporte Seletivo utilizam as mesmas formas de retorno financeiro acima indicadas.

formas de retorno financeiro	forma de cálculo
<p><u>Participação sobre a Receita Bruta de Distribuição (RBD)</u> – A participação do FSA sobre a RBD limita-se à janela de exibição relativa às Salas de Exibição no território nacional. Nesta hipótese, a participação do FSA precede qualquer dedução, com exceção dos valores devidos ao exibidor.</p>	<p>É calculada de acordo com o valor investido pelo Fundo, independente do valor do orçamento do projeto, na forma do item 76.1 do Regulamento Geral do Prodav¹⁵. Para investimentos de até 3 milhões de reais a participação não supera 6,6%</p>
<p><u>Participação sobre a Receita de Pré-Licenciamento (Pré-Licença)</u> – A participação do FSA sobre a Pré-Licença se dá nos projetos que tenham como primeira janela a exibição na TV aberta ou paga.</p>	<p>É calculada de acordo com o percentual representado pelo investimento do FSA, ou seja, se o FSA investe 50% do valor dos itens financiáveis, então ele fará jus a 50% do valor pago pela Pré-Licença.</p>
<p><u>Participação sobre a Receita Líquida do Produtor (RLP)</u> – Aplica-se a toda e qualquer janela e em qualquer território.</p>	<p>Até o retorno total do investimento realizado, o percentual a que faz jus o FSA será 80% do percentual do investimento realizado em relação aos itens financiáveis; após o retorno esse percentual será reduzido para 40%. Ou seja, caso o fundo tenha financiado 25% dos itens financiáveis, fará jus a 20% da RLP até o retorno do investimento e 10% após o retorno.</p>
<p><u>Participação sobre as Receitas de Licenciamento</u> – Refere-se ao montante obtido pelo licenciamento dos elementos da obra (marcas, imagens, personagens, dentre outros) ou pelo licenciamento a terceiros para produção de obras derivadas, sejam audiovisuais ou não.</p>	<p>O FSA fará jus ao montante equivalente a 40% do percentual representado pelo investimento do FSA sobre os itens financiáveis do projeto.</p>
<p><u>Participação sobre a Receita Líquida de Obras Derivadas</u> – Refere-se a obras audiovisuais derivadas, tais como, novas temporadas, <i>prequels</i>, <i>sequels</i> e <i>spin-offs</i>.</p>	<p>A participação do FSA neste caso será sempre de 2% sobre a RLP das Obras Derivadas, independente do valor do investimento. Cumpre salientar que esta participação não é cumulativa. Logo, se o FSA investir na respectiva Obra Derivada ele não fará jus aos 2% aqui indicados.</p>

Limitações para a Negociação dos Direitos sobre os Conteúdos Audiovisuais Produzidos

O Regulamento Geral do Prodav disciplina não apenas a forma dos aportes e contrapartidas do FSA, mas também impõe limites para a contratação, gestão e transferência dos direitos patrimoniais sobre os conteúdos audiovisuais desenvolvidos, produzidos, comercializados e distribuídos com recursos do Prodav, tendo como objetivo a garantia do retorno financeiro do FSA e a preservação da obra audiovisual como conteúdo brasileiro independente (item 126.1 do RG).

Uma dessas regulamentações é a exigência do pré-licenciamento de obras televisivas financiadas pelo FSA, seja para o segmentos de TV aberta ou paga. O Regulamento Geral estabelece os seguintes parâmetros normativos dessas licenças:

- a. devem ser pagas com recursos próprios ou de terceiros (ao menos até as proporções e valor mínimos estabelecidos no Regulamento);
- b. sua exclusividade não pode exceder 24 meses da data de emissão do CPB (passível de extensão por outros 12 meses no caso de pré-licenciamento de temporada adicional de obra seriada);

- c. prazo da licença limitado a 24 meses contados da data de emissão do CPB, ainda que realizada para mais de uma janela de exibição (passível de extensão por outros 12 meses no caso de pré-licenciamento de temporada adicional de obra seriada);
- d. prever expressamente o retorno financeiro do FSA (se aplicável);
- e. prever o canal e a previsão aproximada dos horários de veiculação da obra na primeira janela de exibição;
- f. devem ser elaboradas de acordo com o disposto no Regulamento Geral do Prodav sobre obras derivadas e novas temporadas;
- g. os contratos de pré-licenciamento deverão observar os valores mínimos especificados no Regulamento Geral do FSA, conforme exposto abaixo:

Valores mínimos das licenças para Comunicação Pública em um dos segmentos de TV (TV aberta ou por assinatura):

- a. documentários (longa-metragem ou telefilme) – 5% sobre o valor total dos itens financiáveis;
- b. longa-metragem de ficção ou animação – 7% sobre o valor total dos itens financiáveis; e,
- c. nos demais casos (séries para TV, por exemplo) – 15% sobre o valor total dos itens financiáveis.

16. 76.1. A participação do FSA sobre a RBD será proporcional ao valor do investimento, calculada mediante o seguinte procedimento:

- a. a soma dos resultados da multiplicação de:
 - i. 2% (dois por cento) sobre os primeiros R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) investidos;
 - ii. 3% (três por cento) sobre o valor suplementar entre R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais) e R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais);
 - iii. 5% (cinco por cento) sobre o valor suplementar entre R\$ 500.000,00 (quinhentos mil reais) e R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais);
 - iv. 8% (oito por cento) sobre o valor suplementar entre R\$ 1.000.000,00 (um milhão de reais) e R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais); e
 - v. 12% (doze por cento) sobre o valor suplementar acima de R\$ 3.000.000,00 (três milhões de reais); e
- b. a divisão do resultado pelo valor do investimento.

Valores mínimos para licenças de comunicação pública ou exploração comercial em outros segmentos para o mesmo grupo econômico:

- a. um terço – para o segmento de vídeo por demanda;
- b. 50% – para o segundo segmento de mercado de TV, no Brasil;
- c. 10% – para cada licença regional de exploração no mercado externo.

Com o objetivo de proporcionar igualdade de condições entre as regiões mais desenvolvidas do setor e entre televisões privadas, públicas e comunitárias o Regulamento Geral do Prodav previu, ainda, reduções no valor das pré-licenças (ver tabela ao lado). Tais reduções são cumulativas e calculadas de forma sequencial, conforme abaixo:

- a. 50% – no caso de licenciamento para programadora com sede nas Regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste;
- b. 30% – no caso de licenciamento para programadora com sede na Região Sul ou nos Estados de Minas Gerais e Espírito Santo;
- c. 30% – nos caso de licenciamento para TV estatal, educativa ou cultural;
- d. 15% – no caso de programadora privada cujo grupo econômico não envolva prestador de serviços de telecomunicações, cabeça de rede nacional privada de TV aberta ou programadora internacional.

Outras reduções podem ser aplicadas, porém de forma não cumulativa às acima indicadas, quais sejam:

- i. 70% – no caso de licenciamento para canal de 12 horas (artigo 17, § 4º, da Lei nº 12.485/93);
- ii. 90% – no caso de licenciamento para TV comunitária ou universitária.

Por fim, aplica-se, ainda, uma redução suplementar de 20% no caso de licença sem exclusividade. Esta redução é cumulativa com todas as anteriores, sendo sempre calculada por último.

Obs.: o Regulamento Geral do Prodav estabelece o valor mínimo da primeira licença em R\$ 7.500,00 (sete mil e quinhentos reais) independentemente dos percentuais e possíveis reduções previstas, não podendo uma pré-licença ser negociada abaixo deste valor, com exceção para o licenciamento para TV comunitária ou universitária, para o qual não se aplicará limite mínimo.

Outra limitação do Regulamento Geral do Prodav vem na definição do poder dirigente sobre a obra audiovisual. Segundo o Regulamento Geral do Prodav, o exercício do poder dirigente é o elemento que define a obra audiovisual como conteúdo brasileiro independente, quando exercido por autores brasileiros e produtoras brasileiras independentes. Quanto à

caracterização do poder dirigente, o Regulamento Geral, ao invés, de defini-lo, opta por determinar o que o descaracterizaria, elencando as diversas situações nas quais se presumiria a perda do poder dirigente pela produtora.

Ainda de forma a proteger o conteúdo brasileiro independente e o retorno financeiro do FSA, o Regulamento Geral do Prodav também criou o Estatuto do Licenciamento. O Estatuto determina, basicamente, que, durante o prazo de 15 anos após a primeira exibição comercial da obra, fica vedada a transferência de direitos de uso, comunicação pública, adaptação ou exploração comercial dos conteúdos audiovisuais financiados pelo Prodav, ou de seus elementos derivados (marcas, imagens), os quais apenas poderão ser comercializados por meio da concessão de licenças.

Por fim, cabe ressaltar que o Fundo Setorial do Audiovisual é um fundo que tem por objeto o investimento no mercado audiovisual nacional. O Regulamento Geral do Prodav e as respectivas chamadas públicas delimitam a atuação do FSA no âmbito do Suporte Automático e Seletivo, podendo este atuar por outros meios, como ocorre nos editais de Baixo Orçamento, desde que em consonância com as determinações da Lei nº 11.437/2006 e dentro do objetivo e das diretrizes do Fundo.

quadro analítico com o percentual de redução acumulada aplicável a cada hipótese

licença	programadora	localização da sede das programadoras			
		Brasil	N/NE/CO	S/MG/ES	SP/RJ
Exclusiva	TV comunitária ou universitária	90%			
	Canal de 12h	70%			
	TV estatal, educativa ou cultural		65%	51%	30%
	TVs ligadas às cabeças de rede nacional, teles ou estrangeiras		50%	30%	0%
	Demais TVs privadas brasileiras		57,5%	40,5%	15%
Não-exclusiva	TV comunitária ou universitária	92%			
	Canal de 12h	76%			
	TV estatal, educativa ou cultural		72%	61%	44%
	TVs ligadas à cabeças de rede nacional, teles ou estrangeiras		60%	44%	20%
	Demais TVs privadas brasileiras		66%	52,4%	32%

iii.a.2 suporte seletivo

O Suporte Seletivo é o formato tradicionalmente utilizado pelo FSA, no qual o Fundo publica uma chamada pública e os interessados podem apresentar projetos que serão selecionados pelo FSA de acordo com seus aspectos técnico, financeiro e criativo, condicionados ainda ao cumprimento de todas as exigências do respectivo edital. Atualmente, o Suporte Seletivo é dividido entre os Editais do Prodecine (do 1 ao 10), do Prodav (do 1 ao 5 e do 8 ao 14), Editais de Arranjos Regionais e Editais de Longas-Metragens de Baixo Orçamento (estes últimos, baixo orçamento, emitidos e operados pela Secretaria do Audiovisual – SAV, mas financiados pelo FSA).

Com a publicação do Regulamento Geral do FSA, novas linhas de financiamento do Fundo foram criadas, dando destaque às linhas de desenvolvimento de projetos (Prodavs 3, 4 e 5); Programação de Conteúdo (Prodav 2); para a linha de parceria com TVs públicas; os arranjos regionais, dentre outras. Abaixo especificamos cada linha do Suporte Seletivo.

Todos os editais, prazos de inscrição e demais informações relativas às linhas de financiamento dispostas no quadro podem ser encontradas através do website do Fundo Setorial do Audiovisual (<http://fsa.ancine.gov.br/?q=como-participar/chamadas-publicas>).

Cumpramos apontar que não citamos acima os Prodavs 6 e 7 por se tratarem de editais relativos ao Suporte Automático. Com relação ao Prodav 14, por se tratar de uma Chamada Pública de Jogos Eletrônicos, tendo assim objeto diverso das demais chamadas públicas, optamos por lhe conferir destaque próprio.

 Linhas exclusivas para o mercado cinematográfico

Prodecine 1	Aporte na produção de longas-metragens Proponente: produtora	Edital de seleção em regime de concurso público
Prodecine 2	Aporte na produção de longas-metragens Proponente: Distribuidora	Edital de seleção em regime de fluxo contínuo
Prodecine 3	Aporte na comercialização de longas-metragens Proponentes: distribuidoras ou produtoras	Edital de seleção em regime de fluxo contínuo
Prodecine 4	Complementação à produção de longas-metragens Proponente: produtora – aporte específico para viabilizar a finalização da obra, ficam vedados quaisquer aportes adicionais após a inscrição do projeto.	Edital de seleção em regime de fluxo contínuo
Prodecine 5	Aporte na produção de longas metragens (linguagem inovadora e relevância artística) Proponente: produtora	Edital de seleção em regime de concurso público
Prodecine do 6 ao 10	Editais específicos para aportes em coproduções internacionais (América Latina; Argentina; Portugal; Uruguai; e Chile)	Edital de seleção em regime de concurso público
Editais operados pela Secretaria do Audiovisual SAv/MinC)	Editais para longas de baixo orçamento – infanto-juvenil, ficção e afirmativo.	Edital de seleção em regime de concurso público

 (continua na página seguinte)

Linhas exclusivas para televisão (aberta ou paga)

Prodav 1	Produção para Televisão Proponente: produtora	Edital de seleção em regime de fluxo contínuo
Prodav 2	Programação de conteúdos para televisão Proponente: programadora brasileira	Edital de seleção em regime de fluxo contínuo
Prodav do 8 ao 12	TVs públicas (dividido de acordo com as regiões do Brasil – 8 no Norte; 9 do Nordeste; 10 no Centro-Oeste; 11 no Sudeste; e 12 no Sul) Proponente: Produtora	Edital de seleção em regime de concurso público

Linhas de desenvolvimento

Prodav 3	Núcleos criativos Proponente: agentes econômicos brasileiros independentes	Edital de seleção em regime de concurso público
Prodav 4	Laboratório de desenvolvimento Proponente: agentes econômicos brasileiros independentes	Edital de seleção em regime de concurso público
Prodav 5	Desenvolvimento de projetos – Agentes econômicos brasileiros independentes	Edital de seleção em regime de concurso público
Prodav 13	Renovação de núcleos criativos Proponente: agentes econômicos brasileiros independentes	Edital de seleção em regime de fluxo contínuo
Arranjos regionais	Os arranjos regionais podem ser destinados a conteúdo cinematográfico ou Televisivo e podem ser proponentes produtoras ou distribuidoras – tais definições dependerão dos editais específicos a serem publicados pelos parceiros regionais do FSA.	A depender do edital de cada ente regional.

Prodav 14 – Produção de Jogos Eletrônicos

A Ancine lançou, no dia 6 de dezembro de 2016, a sua primeira chamada pública exclusivamente voltada para o desenvolvimento e produção de jogos eletrônicos. O Fundo Setorial do Audiovisual decidiu investir R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais) na produção de jogos eletrônicos para consoles, computadores e/ou dispositivos móveis, independentemente da fase de desenvolvimento em que se encontrem, contanto que ainda não tenham sido lançados comercialmente.

Ainda que esta não seja a primeira chamada pública com este viés (em 2016, por exemplo, a SP Cine lançou dois editais voltados para a produção de games), é a primeira vez que ocorre um investimento público deste volume, voltado para todo o Brasil, e exclusivamente para o mercado de jogos eletrônicos, restando justificado assim o destaque conferido. No início de 2017, o edital já foi replicado, demonstrando o novo posicionamento da Agência em relação à produção de jogos eletrônicos. Embora seja uma linha de edital não contínua, apresentamos a seguir alguns tópicos do certame que o FSA poderá utilizar como base para futuras chamadas públicas voltadas para este segmento.

regime de seleção	concurso público
modalidade de aporte	investimento com retorno financeiro – participação nas receitas.
tipo de projeto apoiado	jogos eletrônicos brasileiros independentes, para exploração comercial em consoles, computadores ou dispositivos móveis, independentemente da fase de desenvolvimento em que se encontrem, desde que o jogo não tenha sido lançado comercialmente.
montante para investimento disponível	o investimento do FSA será de R\$ 10.000.000,00, sendo que a chamada pública divide este montante em três categorias. Estima-se assim a seleção de: <ul style="list-style-type: none"> a. 2 projetos na categoria A (R\$ 1 milhão por projeto); b. 12 projetos na categoria B (R\$ 500 mil por projeto); e c. 08 projetos na categoria C¹⁷ (R\$ 250 mil por projeto).
proponentes	agentes econômicos brasileiros independentes, que, além das regras usuais previstas na IN 91 da Ancine, deverão observar o abaixo indicado: <ul style="list-style-type: none"> a. Não controlam nem são controlados ou ligados a programadoras, empacotadoras, emisoras de TV, empresa responsável por agregar serviços de jogos eletrônicos ou provedor deste serviço ao consumidor final (“agentes não independentes”); não são vinculados por contrato que dê a sócios minoritários que sejam “agentes não independentes” direito de veto comercial ou interferência sobre os jogos produzidos; e não tem vínculo de exclusividade que os impeça de produzir ou comercializar jogos para terceiros;

(continua na página seguinte)

Prodav 14 – Produção de Jogos Eletrônicos

proponentes	<p>b. Possuir um dos seguintes CNAEs: a) 59.11-1/01 – estúdios cinematográficos; b) 59.11-1/02 – produção de filmes para publicidade; c) 59.11-1/99 – atividades de produção cinematográfica, de vídeos e de programas de televisão não especificados anteriormente; d) 6201-5 – Desenvolvimento de programas de computador sob encomenda; e) 6202-3 – Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador customizáveis; ou f) 6203-1 – Desenvolvimento e licenciamento de programas de computador não customizáveis; e</p> <p>c. São registrados na Ancine na categoria de Agente Econômico Brasileiro Independente (ou já realizaram o pedido de registro na data de inscrição).</p>
coprodução internacional	<p>o edital permite que sejam contemplados projetos de jogos que sejam realizados em regime de coprodução internacional, nesta hipótese recursos a serem investidos, assim como o cálculo da participação do FSA sobre as receitas do jogo, têm por base de cálculo o total de itens financiáveis de responsabilidade da parte brasileira.</p>
prazos	<p>os projetos contemplados deverão observar os seguintes prazos:</p> <p>i. Desembolso financeiro O desembolso dos recursos estará condicionado à comprovação, em 12 meses contados da assinatura do contrato de investimento do FSA, de (i) captação de, no mínimo, 80% do orçamento de produção de responsabilidade da parte brasileira, incluído o valor do investimento do FSA; e (ii) Contrato de distribuição/comercialização ou declaração de distribuição própria.</p> <p>ii. Conclusão O prazo para conclusão da versão do jogo eletrônico para lançamento comercial é de 12 meses, contados da data do desembolso dos recursos do investimento do FSA.</p>

prazos

iii. Lançamento

O prazo para o lançamento comercial do jogo é de, no máximo, 12 meses, contados da data de sua conclusão.

iv. Retorno do investimento

O FSA participará na Receita Líquida do Produtor (RLP) (conforme definição no edital) do projeto contemplado, por sete anos, a contar da data de lançamento comercial do jogo¹⁸.

v. Prestação de contas

A proponente deverá manter todos os documentos fiscais que comprovem despesas relativas aos itens financiáveis pelo FSA, uma vez que este irá analisar o cumprimento de objeto do projeto e a correta aplicação dos recursos.

17. O proponente deve escolher em qual das três categorias pretende inscrever o seu projeto no momento da inscrição.

18. O edital não exige local específico para lançamento.

iii.a.3 prêmio adicional de renda

O Prêmio Adicional de Renda (PAR), criado pelo artigo 54 da Medida Provisória nº 2.228-01/01 e regulamentado inicialmente pela Instrução Normativa nº 44 da Ancine, é uma forma de “fomento direto” disponível às empresas produtoras, distribuidoras e exibidoras de obras audiovisuais brasileiras independentes de longa-metragem e destinadas ao segmento de salas de exibição, que, no desenvolvimento de suas atividades, alcançaram grande destaque na ampliação de mercados e das rendas provenientes de bilheterias.

Em suma, trata-se de uma interessante ferramenta de estímulo ao bom desempenho comercial de empresas produtoras, distribuidoras e exibidoras brasileiras, que são premiadas, na forma de apoio financeiro, cuja aplicação deverá ser obrigatoriamente direcionada às atividades cinematográficas nacionais de exibição, distribuição e exibição de obras brasileiras independentes.

No primeiro semestre de cada exercício fiscal, com base em sua disponibilidade orçamentária e financeira, a Agência Nacional do Cinema (Ancine) estabelece, em edital, o valor total do PAR, bem como os critérios adicionais para a sua concessão, utilização e prestação de contas dos recursos a serem concedidos na forma de apoio financeiro. Destaca-se que, quando não houver disponibilidade de recursos, a Ancine pode suspender a premiação através da edição de ato normativo.

As empresas premiadas pelo PAR devem apresentar para a Ancine a proposta de destinação dos recursos recebidos a título de apoio financeiro, que poderá versar sobre os seguintes temas, conforme a categoria premiada:

- i. empresas produtoras: etapas de desenvolvimento, finalização e complementação de recursos para filmagem de projeto;
- ii. empresas distribuidoras: aquisição de direitos de distribuição de obra cinematográfica de longa-metragem brasileira de produção independente, com utilização de recursos de produção da obra; e desenvolvimento de projeto de produção de obra cinematográfica de longa-metragem brasileira de produção independente, com compromisso expresso de distribuição da obra no segmento de salas de exibição;
- iii. empresas exibidoras: automação de bilheteria; projeto de investimento nas salas que farão jus ao apoio financeiro; abertura de novas salas; aquisição de equipamentos digitais de exibição cinematográfica; e recursos técnicos de legendagem, legendagem descritiva, Libras e audiodescrição.

Cabe ressaltar que a empresa beneficiária do prêmio que não destinar integralmente os recursos concedidos a título de apoio financeiro, no prazo determinado no Termo de Concessão, ficará impossibilitada de se inscrever em qualquer edital promovido pela Ancine nos 12 (doze) meses seguintes ao término do prazo de destinação.

Os três últimos editais do PAR publicados pela Ancine (2016, 2015 e 2014) nos moldes acima demonstrados contemplaram tão somente empresas distribuidoras, fato que reflete a possibilidade dessa agência, com base em sua disponibilidade orçamentária e no diagnóstico geral do mercado, decidir pela premiação alternada, ou conjunta, das empresas produtoras, distribuidoras e exibidoras.

Destaca-se que o Prêmio Adicional de Renda foi incorporado pelo Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) no Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro (Prodav), na categoria do “Suporte Financeiro Automático”, realizado por meio de Chamada Pública – Linha de Desempenho Comercial.

A Chamada Pública aberta até julho de 2017, destinada ao financiamento de produções audiovisuais por intermédio do módulo de produção, programação e distribuição, disponibilizou o valor total de R\$ 100.000.000,00 (cem milhões de reais) em recursos financeiros.

iii.a.4 prêmio ancine de incentivo à qualidade do cinema brasileiro

O Programa Ancine de Incentivo à Qualidade do Cinema Brasileiro (PAQ) é um mecanismo de apoio financeiro à indústria cinematográfica brasileira por intermédio das empresas de produção e em razão da seleção, indicação e premiação de obras cinematográficas brasileiras de longa-metragem de produção independente em festivais nacionais, internacionais e seus congêneres.

No primeiro semestre de cada exercício fiscal, com observância de sua disponibilidade orçamentária e financeira, a Ancine publica um edital específico contendo o valor total dos recursos complementares de concessão e utilização dos apoios financeiros. Contudo, em caso de ausência de disponibilidade orçamentária e financeira, o PAQ pode ser suspenso, temporária ou definitivamente, por meio de ato publicado pela Agência Nacional do Cinema.

Dentre os critérios de pontuação das empresas produtoras para acesso ao apoio financeiro do PAQ, destaca-se a premiação de melhor filme e/ou diretor na principal mostra competitiva de festivais e congêneres listados pela Ancine, a mera participação nesses eventos e/ou em mostras não competitivas, festivais e congêneres, bem como, por fim, a premiação como melhor filme estrangeiro no Oscar.

O apoio financeiro concedido aos beneficiários do PAQ é concedido na modalidade operacional (aplicação não reembolsável) e deve ser obrigatoriamente destinado para projetos que visem ao desenvolvimento de projeto de produção de obra cinematográfica

de longa-metragem brasileira de produção independente. Desde a sua criação, foram publicados nove editais, sendo os oito primeiros publicados entre os anos de 2006 e 2013, lançados em observância a essa modalidade operacional.

Em 2014, uma linha em substituição ao PAQ foi lançada por meio do Programa Brasil de Todas as Telas, qual seja: a Chamada Pública Prodav 07/2014. No caso dessa chamada pública, por ser financiada com recursos do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), tem como obrigatoriedade a destinação na modalidade participação em projeto, via contrato de investimento à produção de obras audiovisuais brasileiras independentes.

O Prodav 07/2014, cujo resultado final foi disponibilizado em 17 de abril de 2015, disponibilizou em recursos financeiros o montante total de R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais), que foram distribuídos para empresas produtoras das obras que obtiveram as maiores pontuações dentre os festivais e seus congêneres listados no âmbito do edital.

iii.b fomento direto municipal

Os municípios do Rio de Janeiro e São Paulo possuem atualmente agências de fomento que se colocam como importantes fontes de financiamento à produção audiovisual. Ambas as agências são vinculadas ao governo municipal e abastecidas basicamente por recursos públicos de cada prefeitura. Os investimentos atendem critérios disciplinados por editais específicos, conforme veremos a seguir.

iii.b.1 riofilme

A RioFilme, empresa da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, vinculada à Secretaria Municipal de Cultura, foi fundada no ano de 1992, com o objetivo de desenvolver a indústria audiovisual carioca. Desde então, desempenhou papel fundamental na revitalização do cinema brasileiro, tendo atuado nas áreas de distribuição, fomento e, ainda, no apoio à produção de mostras, festivais e pré-estreias.

Desde 2009, ano no qual assumiu nova gestão, a RioFilme passou a atuar como agência de desenvolvimento, estabelecendo parcerias com distribuidoras independentes nacionais e com o Governo do Estado, através da Secretaria Estadual de Cultura. Destaca-se que, sob a nova gestão, a RioFilme passou a desenvolver novos programas e linhas de ação, que geraram relevantes resultados no que se refere à dinamização e ao desenvolvimento do setor audiovisual carioca.

No início dessa nova gestão, foi criada, por iniciativa de Sérgio Sá Leitão, a Rio Film Commission (RFC). A RFC – escritório oficial do Rio de Janeiro para apoio à produção de conteúdo audiovisual – surgiu com o objetivo de fornecer atendimento eficiente a produtores para questões logísticas e de promover a cidade e o Estado do Rio de Janeiro como destino privilegiado para filmagens nacionais e internacionais¹⁹. Hoje em dia, após alguns anos de atuação, é plenamente possível afirmar que a Rio Film Commission desempenhou papel decisivo na promoção do setor audiovisual no Rio.

19. Fonte:
www.riofilme.com.br/pt-BR/rio-film-commission.

Além da criação da Rio Film Commission e de grandes resultados no campo do cinema, merecem destaques as parcerias firmadas pela RioFilme. Uma delas visou à promoção do aumento da capacitação profissional carioca, através do Programa de Qualificação RioFilme/Senai (2012 e 2013), em parceria com o Senai, e o “Programa de Investimento Automático pela Linha de Desenvolvimento de Conteúdo para TV por Assinatura na Modalidade de Parceria Internacional”, que foi uma parceria com o Fundo de Mídia do Canadá (FMC) que resultou no investimento de R\$ 615.000,00 de forma automática e não reembolsável no desenvolvimento de conteúdo para televisão e mídia digital.

Apesar da significativa diminuição em seu orçamento, que, no ano de 2014, correspondia ao montante de R\$ 40.642.090,01 e, em 2016, alcançou a quantia de R\$ 11.687.710,13²⁰, e da consequente redução dos aportes em programas e editais, a RioFilme continua a exercer papel essencial na promoção do setor audiovisual carioca e no estabelecimento do Rio de Janeiro como polo latino-americano de cinema, televisão e novas mídias. Inclusive, no final de 2016, a Rio Film Commission assinou um acordo de cooperação com o Escritório de Produção de Cinema e Televisão do Gabinete do prefeito da Cidade de Los Angeles,

visando criar um marco para o desenvolvimento da cooperação em relação às indústrias de entretenimento, incentivar as filmagens em locações cariocas e impulsionar o crescimento de negócios do Brasil no âmbito audiovisual.

Em 2014, a RioFilme recebeu inscrições em cinco editais, que aportaram R\$ 10,16 milhões em mais de 45 projetos de empresas produtoras independentes estabelecidas no Rio de Janeiro. Os editais publicados foram: “Produção de Conteúdo para Web” (R\$ 1 milhão – R\$ 100 mil por projeto de série em plataformas digitais), “Produção de Curtas-Metragens” (R\$ 660 mil reais – R\$ 60 mil para cada curta), “Produção e Finalização de Longas” (R\$ 4,5 milhões – R\$ 400 mil por produção – R\$ 200 mil por finalização), “Edital de Investimento Automático Reembolsável em Conteúdo para TV” (R\$ 3 milhões – R\$ 500 mil por projeto) e “Investimento Não Reembolsável Automático em Digitalização de Cinemas Culturais” (R\$ 1 milhão – R\$ 200 mil por sala).

Já em 2015, a RioFilme publicou o Edital do Programa de Fomento ao Audiovisual Carioca 2015 – Viva o Cinema!, em parceria com o Programa Brasil de Todas as Telas, formulado pela Ancine em parceria com o MinC. Esse edital previa cinco linhas de ação, que disponibilizaram um total de R\$ 7 milhões para a produção, finalização e desenvolvimento de longas-metragens; para a produção de longas-metragens; para a produção de

20. Fonte: riotransparente.rio.rj.gov.br.

curtas-metragens; para o desenvolvimento de conteúdo para TV; e para pontos de cultura e ações locais. Destaca-se que, desse total, R\$ 5 milhões são oriundos de recursos da RioFilme e R\$ 2 milhões do Fundo Setorial do Audiovisual.

No decorrer de 2016, a RioFilme publicou dois editais, quais sejam: “Edital de Concessão de Uso do CineCarioca Nova Brasília” e o “Edital de Mostras e Festivais”. Esses editais, em síntese, pretendiam, respectivamente, selecionar uma empresa exibidora para operacionalização do CineCarioca Nova Brasília (cinema da Prefeitura do Rio de Janeiro localizado na comunidade Complexo do Alemão) e promover o acesso à produção audiovisual fluminense e nacional, viabilização de espaços de encontro, reflexão e debate.

Em regra, para participação em seus Programas e Editais, a RioFilme exige que os proponentes estejam (i) registrados na Ancine, na categoria de empresa produtora brasileira, (ii) estabelecidas no município do Rio de Janeiro, (iii) adimplentes com suas obrigações trabalhistas, previdenciárias, tributárias e acessórias, em todas as esferas da administração pública, no momento da contratação e durante o prazo de eventual contrato e, ainda, (iv) adimplentes com suas obrigações contratuais perante a RioFilme, a Ancine, o FSA e as instituições financeiras (como o BRDE, por exemplo).

Mais informações podem ser obtidas em:

www.rio.rj.gov.br/web/riofilme/principal.

iii.b.2 spcine

A SPCine é um órgão de fomento audiovisual vinculado à Secretaria Municipal de Cultura do Município de São Paulo, implementado pela Prefeitura de São Paulo, em parceria com o Governo do Estado de São Paulo e o Ministério da Cultura.

Inaugurada em dezembro de 2014, por meio da Lei Municipal nº 15.929/2013, realiza diversas políticas públicas inovadoras de fomento com o objetivo de desenvolver, de modo inclusivo e democrático, a produção de obras audiovisuais por produtores paulistanos, além de promover a cultura audiovisual local além de suas fronteiras. A atuação da SPCine se destaca por sua ação afirmativa de inclusão no fazer audiovisual de grupos historicamente excluídos (mulheres, cineastas negros, população transgênero, indígenas e pessoas com deficiência) e pela sua vanguarda no investimentos em novas e diferentes mídias audiovisuais (conta com uma área específica para jogos eletrônicos).

Pelo viés da democratização do acesso, diante do preço do ingresso e da localização de salas de exibição, a SPCine criou o Circuito SPCine. Chegou ao final de 2016 com 20 espaços de exibição em equipamentos culturais e 15 em centros educacionais unificados (CEUs), instalados prioritariamente em áreas não atendidas pelo circuito comercial de exibição, com infraestrutura e programação de qualidade e diversificada, aplicando preços acessíveis ou gratuitos. Criou, em junho de 2017,

o Programa de Ação Cineclubista²¹, que pretende estimular cineclubistas, cineastas, curadores, produtores e programadores a promover sessões seguidas de debates em qualquer uma das 20 salas da rede do Circuito SPCine.

Ainda com o objetivo de transformar São Paulo num cenário a céu aberto e agilizar as diversas autorizações necessárias para filmagem na cidade, foi criada a São Paulo Film Commission, órgão ligado à SPCine, com atuação desde 16 de maio de 2016, que centraliza e gerencia todas as solicitações de filmagens em espaços públicos em São Paulo. Todo o procedimento é feito virtualmente (www.spcinesis.com.br/login.php) e, atualmente, a SPCine está desenvolvendo um aplicativo, com prazo limite de resposta entre 3 e 8 dias úteis e uma tabela de preço de locação prefixada, a depender do tipo de obra audiovisual.

No que tange ao fomento à produção audiovisual independente, a SPCine apoia obras de curta, média e longa-metragem, documentais, ficcionais e de animação, assim como games), por meio de investimento ou patrocínio, mediante seleção por editais públicos.

Dada a importância da SPCine para o Setor, entendemos que há a necessidade de apresentar os editais lançados no ano de 2016 que, embora estejam com prazos de inscrição encerrados, servirão de base para futuros certames. Na sequência estão elencados dois editais de produção de longas e curtas-metragens e dois editais de produção de jogos eletrônicos.

edital	nº 02/2016/SPCine Programa de Investimento 2016 – linha 1 – Produção de Longas-Metragens Via Processo Seletivo
legislação	Leis Federais nº 13.303/2016, nº 11.437/2006 e nº 9.610/1998; Medida Provisória nº 2.228-1/2001; Decreto Federal nº 6.299/2007; Lei Municipal nº 13.278/2002; Decreto Municipal nº 44.279/2003; Regulamento Geral do Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro (“Prodav”); Instruções Normativas da Ancine nº 91, 104, 105.
modalidade de aporte	investimento.
prazo para apresentação	28 de outubro de 2016 a 7 de novembro de 2016 (verificar prazos em novas edições do edital).
tipo de projeto apoiado	produção de conteúdo brasileiro independente, do gênero longa-metragem de ficção, animação ou documentário, destinada à primeira exibição em salas de cinema no Brasil.
valor	R\$ 7.000.000,00, sendo que o valor por projeto respeitará os seguintes limites: <ul style="list-style-type: none"> a. até R\$ 1.000.000,00 para projetos dos gêneros de ficção ou animação; b. até R\$ 600.000,00 para pelo menos dois projetos do gênero de documentário; c. até R\$ 300.000,00 para pelo menos dois projetos dos gêneros de ficção e animação de novos realizadores, primeiro ou segundo filme do diretor cinematográfico, cujo orçamento total de produção não ultrapasse o valor de R\$ 600.000,00.

quem pode participar

produtora paulistana independente, que é aquela que apresenta os seguintes requisitos cumulativos:

- a.** constituída sob as leis brasileiras;
- b.** estabelecida na cidade de São Paulo há pelo menos dois anos;
- c.** poder decisório da empresa deve ser detido por pessoas físicas brasileiras natas ou naturalizadas há mais de dez anos;
- d.** não pertencer ao mesmo grupo econômico de empresas de serviços de radiodifusão de sons, imagens ou operadoras de comunicação eletrônica de massa por assinatura;
- c.** registrada na Ancine na categoria de Empresa Produtora Brasileira Independente.
- d.** diretor residente na cidade de São Paulo há pelo menos dois anos na data de inscrição.

21. Até a data de fechamento desta edição, o programa seria lançado no dia 13/6/2017. Mais informações neste link: spcine.com.br/spcine-lanca-programa-de-acao-cineclubista-nas-salas-do-circuito/

observações relevantes

- a.** Participação da SPCine e do FSA tanto na Receita Líquida do Produtor (RLP) (conforme definição no edital), quanto na Receita Bruta de Distribuição (RBD) (conforme definição no edital) do projeto contemplado, por sete anos, contados do lançamento do filme em salas de cinema no Brasil.
- b.** Inclusão de crédito e logomarca da SPCine e da Secretaria Municipal de Cultura, nos termos do Manual de Identidade Visual da SPCine, como “coprodutoras” tanto nos créditos de abertura como nos créditos finais do projeto finalizado, assim como em todos os seus materiais de divulgação, comercialização, marketing, publicitários e promocionais.
- c.** Inclusão de vinheta da SPCine nos créditos de abertura do filme.
- d.** Inclusão de logomarcas do Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE) e da Ancine/FSA no filme e em todo o material gráfico ou audiovisual de divulgação.



Filmagem



Som Direto



Edição de Imagem



Edição de Som



Masterização



Colorização



Videografismo



Finalização



Da captação à finalização.



Restauração



Dublagem e Legenda



Produção Musical



Mixagem Dolby 5.1



**Locações
Arte e Figurino**

Rua Gabriel Landa, 81 | São Conrado | Rio de Janeiro | CEP 22610-260
carlos@visomdigital.com.br | +55 21 3323.3300

www.visomdigital.com.br

capítulo iv
outros editais

capítulo iv outros editais

iv.a bndes procult

Fundado em 1952, o Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) é um dos maiores bancos de desenvolvimento do mundo e, atualmente, o principal instrumento do Governo Federal para o financiamento de longo prazo e investimento em todos os segmentos da economia brasileira, inclusive a economia criativa (o setor audiovisual, editorial, games e a preservação e restauração do patrimônio histórico, artístico e arquitetônico).

Esta empresa pública apoia empreendedores de todos os portes, inclusive pessoas físicas, na realização de seus planos de modernização, de expansão e na concretização de novos negócios, por meio de diversos instrumentos, como financiamento a investimentos, subscrição de valores mobiliários, prestação de garantia e concessão de recursos não reembolsáveis. O Banco atua, conforme a modalidade e a característica das operações, por meio de (i) produtos (que atendem tipos de clientes e objetivos diferentes, com taxa de juros e prazo de pagamento específicos, como o produto BNDES Finame que financia máquinas e equipamentos); (ii) programas (que têm caráter temporário e atendem a demandas ou segmentos específicos, como o BNDES Procult); e (iii) fundos (que podem ter naturezas estatutárias ou legais e são regidos por normas próprias).

No que se refere ao segmento audiovisual, o Banco apoia a produção de obras destinadas a cinema e televisão, e a implantação e digitalização de salas exibidoras, seja por meio do Edital BNDES de Cinema, que consiste na seleção pública de projetos cinematográficos no formato longa-metragem, nos gêneros ficção, animação e documentário, totalizando R\$ 15 milhões em recursos não reembolsáveis; ou por meio do Programa BNDES Procult, que entre janeiro de 2007 e junho de 2016 aprovou R\$ 584,7 milhões para 70 operações diretas de 43 empresas distintas, o que inclui produtoras (totalizando R\$ 130,9 milhões, distribuídos em 26 operações de 19 produtoras), exibidoras (R\$ 434,7 milhões, distribuídos em 40 operações de 20 exibidoras diferentes) e infraestrutura (R\$ 19,1 milhões para expansão e modernização do segmento, distribuídos em 4 operações de 4 clientes diferentes).

Na sequência, apresentamos o Programa BNDES Procultura, que teve vigência até 30/6/2017 mas que, segundo dirigentes do banco, deve ser prorrogado no seu formato anterior ou incorporado como política permanente

modalidade de aporte	misto (empréstimo e, conforme o caso, incentivo fiscal, via artigos 1º e 1º A da Lei do Audiovisual).
nota	o aporte realizado poderá ser feito diretamente (o “Apoio Direto”) pelo BNDES ou por instituições financeiras credenciadas (o “Apoio Indireto”). A empresa interessada no programa poderá enviar uma solicitação de financiamento diretamente ao BNDES através do Sistema de Consulta Prévia Eletrônica ou para uma instituição financeira credenciada ao BNDES, conforme preferir, sendo que agências de publicidade, empresas de radiodifusão, distribuidoras de serviço de telecomunicações de acesso condicionado (nos termos da Lei nº 12.485/11), jornais e periódicos (exceto os de caráter exclusivamente cultural) <u>deverão solicitar financiamento obrigatoriamente pelo apoio indireto.</u>
vigência	até 30/6/2017.
valor	mínimo de R\$1.000.000,00 (um milhão de reais) – vide Observações Relevantes
tipos de projeto apoiados	<p>financiamento para investimentos e planos de negócios das empresas pertencentes às cadeias produtivas da economia da cultura, tais como audiovisual, editorial, música, jogos eletrônicos e artes visuais e performática. Na área do audiovisual, podem ser financiados:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <u>projetos inovadores</u>, assim entendidos aqueles que se destinem a desenvolver ativos geradores de direitos de propriedade intelectual que envolvam a criação de novos personagens, marcas ou formatos, com potencial de geração de receitas derivadas de licenciamento ou outras formas de rentabilização de direitos. Os projetos ou planos de negócios devem, obrigatoriamente, ser caracterizados por sua natureza inovadora para o mercado nacional;

(continua na página seguinte)

BNDES Procult

tipos de projetos apoiados

2. projetos inovadores, assim entendidos aqueles que se destinem a desenvolver ou implementar conteúdos em novas plataformas, de caráter digital, interativo, multiplataforma ou transmídia, que não se resumam à mera digitalização de acervos;
3. implantação, modernização e expansão de ativos necessários à produção, pós-produção, distribuição, exibição e comercialização de conteúdo no país;
4. planos de negócios para o desenvolvimento e a produção de conteúdo brasileiro, e para adaptação de obras a novos formatos;
5. distribuição, divulgação, comercialização e exibição de conteúdo brasileiro no país e no exterior, incluindo desenvolvimento e implantação de novos modelos de negócios e adaptação do conteúdo a novas mídias/plataformas;
6. distribuição, divulgação e comercialização de obras audiovisuais no país por distribuidoras brasileiras independentes;
7. prestação de serviço (*outsourcing*) de desenvolvimento de conteúdo audiovisual brasileiro no país;
8. programação e empacotamento de conteúdo audiovisual;
9. implantação, modernização e expansão de editoras e livrarias no país;
10. produção de planos editoriais, inclusive a adaptação de obras para comercialização em novos formatos;
11. distribuição, divulgação e comercialização de obras editoriais brasileiras no país e no exterior, e de obras estrangeiras no país.

tipos de projetos apoiados	<p>12. aquisição de direitos relacionados a conteúdo brasileiro.</p> <p>13. restauração, preservação e digitalização de acervos bibliográficos, arquivísticos e museológicos; e</p> <p>14. produção, divulgação e comercialização de espetáculos brasileiros ao vivo no país e no exterior, e de divulgação e comercialização de espetáculos estrangeiros no país.</p>
notas	<p>a. projetos de construção e ampliação de salas de cinema também podem ter parcela financiada conforme condições do programa “Cinema Perto de Você”, desde que atendam aos requisitos estabelecidos.</p> <p>b. não serão financiados projetos de cunho publicitário, religioso, pornográfico e/ou político-partidário.</p>
itens financiáveis	<p>itens necessários à execução dos projetos de investimentos e planos de negócios, inclusive:</p> <p>1. gastos com pesquisa e desenvolvimento de novos produtos, processos e serviços, inclusive design e registro de propriedade intelectual;</p> <p>2. aquisição de direitos autorais, patrimoniais, de difusão e comercialização de conteúdo brasileiro;</p> <p>3. despesas para produção de obras audiovisuais;</p> <p>4. gastos com aquisição, licenciamento e aluguel de software nacional credenciado no BNDES;</p> <p>5. gastos em distribuição, divulgação, marketing e comercialização;</p>
(continua na página seguinte)	

BNDES Procultitens
financiáveis

- 7.** capital de giro associado ao projeto de investimento ou plano de negócios;
- 8.** aquisição de equipamentos importados, sem similar nacional;
- 9.** aquisição de kits de desenvolvimento de consoles estrangeiros, sem similar nacional, quando associado a projetos de desenvolvimento de jogos eletrônicos no país;
- 10** aquisição de motores (engines) importados, sem similar nacional, para desenvolvimento de jogos eletrônicos no país;
- 11.** gastos de comercialização no exterior para a exportação de conteúdo cultural brasileiro; e
- 12.** investimentos associados à implantação e/ou expansão de atividades de beneficiários de capital nacional no mercado internacional, desde que contribuam para a exportação de conteúdo cultural brasileiro.

nota

Deverá ser comprovada a inexistência de similar nacional do equipamento a ser explorado nos casos dos itens 9 a 11.

**quem pode plei-
tear recursos**

Empresas com sede e administração no Brasil que mantenham atividades relacionadas à cadeia produtiva da economia da cultura em suas várias modalidades.

O BNDES classifica o porte da empresa ou instituição de acordo com sua receita operacional bruta anual (ROB) ou conforme renda anual de clientes pessoas físicas, na forma a seguir:

Classificação	ROB Anual
i. Microempresa	Menor ou igual a R\$ 360 mil
ii. Pequena Empresa	Maior que R\$ 360 mil e menor ou igual a R\$ 4,8 milhões
iii. Média empresa	Maior que R\$ 4,8 milhões e menor ou igual a R\$ 300 milhões
iv. Grande empresa	Maior que R\$ 300 milhões

nota

Entes da administração pública direta não são classificados por porte e, para fins de condições financeiras, são equiparados às grandes empresas.

**participação
financeira máxi-
ma do bndes**

Corresponde a quanto o BNDES poderá financiar em relação ao valor total dos itens que podem ser apoiados, de acordo com a classificação da empresa (se micro, pequena e média ou grande) e a finalidade do item financiável.

A título de exemplo, no caso de micro, pequenas e médias empresas o BNDES terá participação de até 80% do financiamento de quaisquer itens financiáveis, exceto capital de giro e de até 30% do financiamento do capital de giro associado.

(continua na página seguinte)

BNDES Procult

juros

A taxa de juros variará de acordo com a forma de apoio (se Direta ou Indireta), a classificação da empresa (se micro, pequena e média ou grande) e cada item financiável.

Em caso de apoio indireto, a taxa de Juros será o equivalente ao “custo financeiro” + “taxa do BNDES” + “taxa do agente financeiro”.

Em caso de apoio direto, a taxa de juros será equivalente ao “custo financeiro” + “taxa BNDES”.

A título de exemplo, uma empresa grande, que peça empréstimo diretamente ao BNDES (ou seja, pelo apoio direto) para incentivar projetos inovadores (na forma do item 1 ou 2 do “Tipo de Projetos Aprovados”), irá pagar uma taxa de juros de 7,5% a.a (TJLP – Taxa de Juros a Longo Prazo) a título de custo financeiro + 2,1% a 6,56% a.a., pela taxa BNDES.

notas

- a. o “custo financeiro” é determinado conforme cada produto, linha de financiamento ou programa, podendo se compor por uma ou mais taxas como: Taxa de Juros de Longo Prazo (TJLP), Selic, taxas indexadas ao IPCA, entre outras. As taxas podem sofrer variações ao longo do contrato de financiamento, gerando atualizações monetárias dos valores contratados.

- b. a “taxa do BNDES” é calculada através da soma da “remuneração básica do BNDES” (que é estabelecida em cada produto, linha de financiamento ou programa é um referencial mínimo) mais “taxa de risco de crédito” (que é definida pela Política de Crédito do BNDES, conforme a classificação de risco do cliente).

- c. a “Taxa do Agente Financeiro”, atualmente, é de 0,4% a.a. para qualquer cliente.

notas	<p>d. além das taxas de juros associadas às linhas e programas, outros encargos e comissões podem ser cobrados pelo BNDES a título de contraprestação por serviços prestados, assim como uma tarifa cobrada pela não utilização do saldo do financiamento contratado, chamada de “Encargo por Reserva de Crédito” (0,1% por 30 dias ou fração incidente sobre o valor do crédito ou saldo não utilizado).</p>
prazo de financiamento	<p>compreende o prazo de carência e de amortização e é determinado em função da capacidade de pagamento do cliente e do grupo econômico (quando houver), com limite máximo de 10 anos.</p> <p>Entretanto:</p> <hr/> <p>a. para projetos inovadores (relacionados nos itens 1 e 2 da lista dos projetos apoiados), a carência será de até 4 anos, a critério do BNDES;</p> <hr/> <p>b. para os itens financiáveis 9, 10, 11 e 12, o prazo máximo será de 5 anos, incluso o período de carência.</p> <hr/> <p>c. para gastos com papel e impressão, o prazo máximo será de 4 anos, incluso o período de carência.</p>
garantias	<p>variará de acordo com o tipo de apoio. Se indireto, caberá à instituição financeira credenciada e à empresa negociarem; se direto, o BNDES poderá exigir fiança ou aval dos sócios controladores da empresa e prestação de garantia real (como hipoteca, penhor, propriedade fiduciária, recebíveis etc.).</p>
notas	<p>a critério do BNDES, em financiamentos de até R\$ 10.000,00, poderá ser dispensada a apresentação de garantia real; em financiamentos superiores a R\$ 10 milhões, as garantias serão definidas durante a análise da operação.</p>

BNDES Procult**observações
relevantes**

O BNDES Procult oferece recursos não reembolsáveis a empresas do setor audiovisual de forma associada ao empréstimo, ou seja, não é possível obter o apoio de recursos não reembolsáveis de forma isolada. Os recursos são oriundos de incentivos fiscais previstos nos artigos 1º ou 1º A da Lei do Audiovisual. O aporte desses recursos será realizado via mecanismos de incentivo fiscal pelo BNDES ou instituição financeira credenciada, em projetos de obras de ficção, animação ou documentários destinados à TV ou cinema que contenham as seguintes características:

- a.** em termos considerados satisfatórios pelo BNDES, comprovem interesse na exibição do produto final, em TV aberta ou fechada, por meio de contratos ou cartas de intenção, firmados por canal de TV, programadora, empacotadora ou distribuidora; e distribuidora ou outros parceiros, para o caso de cinema;
- b.** demonstrem que a empresa cliente e/ou seus gestores possuem histórico comprovado de atuação e performance no setor audiovisual, em termos considerados satisfatórios pelo BNDES;
- c.** apresentação, pelo cliente, de plano de negócios consistente e comprovação da capacidade de gestão e governança, em termos considerados satisfatórios pelo BNDES.

nota

o valor máximo do apoio não reembolsável será equivalente ao valor do financiamento aprovado no âmbito do BNDES Procult, limitado a R\$ 2 milhões por obra audiovisual e a R\$ 6 milhões por grupo econômico ao ano.

iv.b secretaria de cultura do estado de sp

A Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo tem como missão formular e implementar políticas públicas visando à ampliação do acesso aos bens culturais, a descentralização das atividades, o fomento à produção cultural e a valorização do patrimônio cultural paulista. São exemplos de formação cultural os projetos Fábrica de Cultura, Meu Guri e Escola SP de Teatro; de promoção de festivais, mostras e eventos o Festival de Campos de São Paulo, Virada Cultural Paulista; de manutenção de corpos artísticos a São Paulo Companhia de Dança, Jazz Sinfônica e Osesp; e de preservação do acervo museológico a Pinacoteca, Casa das Rosas, Museu do Futebol, Museu do Imigrante, Museu da Imagem e do Som (MIS).

No que tange a fomento à produção audiovisual independente, se destacam (i) o ProAC (Programa de Ação Cultural), nas modalidades Editais e ICMS, (ii) o Prêmio Estímulo ao Curta-Metragem e (iii) o Prêmio de Fomento ao Cinema Paulista. Ou seja, a Secretaria tem apoiado a produção audiovisual paulista por meio de fomento direto (financiamento público) e indireto (incentivo fiscal).

O apoio da Secretaria de Cultura Estadual é realizado por meio de Editais temporários, motivo pelo qual apresentaremos abaixo alguns tópicos importantes de Editais já realizados, para que sirvam de parâmetro para futuros certames.

iv.b.1
 concurso de apoio ao
 desenvolvimento de
 ações de fomento ao
 audiovisual no estado
 de são paulo
 (edital nº 42/2016)

modalidade de aporte	fomento direto.
prazo para apresentar projetos	Encerrado no dia 17/8/2016
valor	R\$ 50.000,00 para cada um dos 3 projetos selecionados, totalizando a quantia de R\$ 150.000,00 pelo edital.
tipos de projetos apoiados	<p>três projetos para contratação e seis suplentes, que contemplem o desenvolvimento de ações de fomento e que visem manter e/ou criar trabalhos continuados na área audiovisual no Estado de São Paulo, envolvendo uma ou mais das seguintes iniciativas:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. aprimoramento, capacitação e formação de profissionais; b. formação de público; c. desenvolvimento de laboratórios de criação; d. organização de fóruns ou seminários; e. criação de produtos e projetos transmídia; f. programação de cineclubes; g. outros formatos de difusão de obras de audiovisual, entre outras ações.
nota	entende-se que a produção de obra audiovisual está contemplada neste edital, por força dos seus itens 6.1 e 12.5, e da Cláusula Quarta do Modelo de Contrato, vez que preveem informações específicas para projeto de produção.

quem pode participar	pessoa jurídica, cooperativas ou grupos, núcleos e coletivos culturais, devidamente representados por intervenientes anuentes.
	<p>a. as pessoas jurídicas devem ter em seu objetivo atividades artísticas e culturais e comprovar compatibilidade entre sua área de atuação com o objeto do edital, bem como estar sediada há mais de dois anos no Estado de São Paulo até o último dia do período de inscrição;</p>
	<p>b. as cooperativas devem atender ao artigo 1º, parágrafo 2º, do Decreto Estadual nº 55.938/2010, alterado pelo Decreto nº 57.159/2011; e o artigo 107 da Lei Federal nº 5.764, de 14 de julho de 1971 que dispõe sobre o registro da cooperativa perante a entidade estadual da Organização das Cooperativas Brasileiras, bem como comprovar que o(s) cooperado(s) – interveniente(s) / anuente(s) – possui(em) residência no Estado de São Paulo há mais de dois anos até o momento da inscrição.</p>
nota	o edital não define “grupos, núcleos e coletivos”, tampouco impõe requisitos mínimos a eles (como tempo de existência, localização, área de atuação etc.).
observações relevantes	<p>i. No mínimo 1 projeto selecionado será de proponentes, interveniente-anuente (em se tratando de cooperativas) ou grupos, núcleos ou coletivos que não foram selecionados no Edital ProAC nº 42/2015, e no mínimo um projeto selecionado será de proponentes sediados fora da capital de São Paulo.</p>
	<p>ii. Caberá ao proponente definir a contrapartida do projeto, que deverá contemplar, obrigatoriamente:</p> <p>a. desenvolvimento de um plano de ação visando à fruição do bem cultural gerado pelo projeto no território em que a ação será realizada;</p>
(continua na página seguinte)	

concurso de apoio ao desenvolvimento de ações de fomento ao audiovisual no estado de são paulo

observações relevantes

- b.** participação, com a atividade cultural viabilizada a partir deste edital, em ações e programas da Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo. A definição dessa participação será feita posteriormente de acordo com disponibilidade do proponente e interesse da Secretaria.

E adicionalmente (a exclusivo critério do proponente):

- c.** medidas que promovam a fruição de bens, produtos e serviços culturais a camadas da população menos assistidas ou excluídas do exercício de seus direitos culturais por sua condição socioeconômica, etnia, deficiência, gênero, faixa etária, domicílio, ocupação;
- d.** promoção de ações que facilitem o livre acesso de idosos e pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida e/ou medidas de acessibilidade comunicacional (de modo a diminuir barreiras na comunicação interpessoal, escrita e virtual).

nota

a contrapartida proposta pelo proponente é um dos critérios de análise quando do julgamento dos projetos.

observações relevantes

- iii.** O Proponente deverá mencionar o Governo do Estado de São Paulo, a Secretaria da Cultura e o ProAC nos créditos e em todo o material de divulgação do projeto (impresso, virtual e audiovisual), conforme regras previstas no Manual de Identidade Visual do ProAC.

- iv.** As ações de fomento deverão ser realizadas no Estado de São Paulo.

- v.** As ações de fomento deverão ser realizadas no Estado de São Paulo.

iv.b.2
concurso de apoio a
projetos de finalização
de longa-metragem no
estado de são paulo
(edital nº 44/2016)

modalidade de aporte	fomento direto.
prazo para apresentar projetos	Encerrado em 29/8/2016.
valor	R\$ 250.000,00 para cada um dos três projetos selecionados, totalizando a quantia de R\$ 750.000,00 pelo edital.
tipos de projetos apoiados	três projetos para contratação e três suplentes que contemplem a finalização de uma obra cinematográfica brasileira de longa-metragem no Estado de São Paulo, o que significa que o proponente deverá dispor do material bruto da filmagem em formato digital (corte com mínimo de 70 minutos e máximo de 150 minutos) e deverá disponibilizá-lo para a Secretaria da Cultura de São Paulo no ato da inscrição do projeto no edital.
nota	a produção da obra deve utilizar, no mínimo, 2/3 de artistas e técnicos brasileiros ou estrangeiros residentes no Brasil há mais de dois anos.
quem pode participar	<p>i. Empresa produtora brasileira independente registrada na Ancine, que tenha representante legal brasileiro ou estrangeiro residente no Brasil há mais de dois anos em regime ou não de coprodução internacional com países com quem o Brasil mantenha acordo de coprodução cinematográfica; e que comprove estar sediada há mais de dois anos no Estado de São Paulo até o último dia do período de inscrição e o exercício de atividade cultural condizente com o edital.</p> <p>ii. Cooperativas ou grupos, núcleos e coletivos culturais, devidamente representados por intervenientes anuentes.</p>

(continua na página seguinte)

concurso de apoio a projetos de finalização de longa-metragem no estado de são paulo

quem pode participar

- a.** As cooperativas devem atender ao artigo 1º, parágrafo 2º, do Decreto Estadual nº 55.938/2010, alterado pelo Decreto nº 57.159/2011; e o artigo 107 da Lei Federal nº 5.764, de 14 de julho de 1971, que dispõe sobre o registro da cooperativa perante a entidade estadual da Organização das Cooperativas Brasileiras, bem como comprovar que o(s) cooperado(s) – interveniente(s) / anuente(s) – possui(em) residência no Estado de São Paulo há mais de dois anos até o momento da inscrição.

nota

o edital não define “grupos, núcleos e coletivos”, tampouco impõe requisitos mínimos a eles (como tempo de existência, localização, área de atuação etc.).

observações relevantes

- i.** No mínimo um projeto selecionado será de proponentes que não foram selecionados no Edital ProAC nº 45/2015.
- ii.** Caberá ao proponente definir a contrapartida do projeto, que deverá contemplar, obrigatoriamente:
- a.** autorização para (i) utilização e cessão dos direitos de exibição do material em equipamentos culturais do Estado de São Paulo após o lançamento da obra cinematográfica de longa-metragem desde que ele ocorra em prazo de até um ano, inclusive com permissão de empréstimo aos usuários desses equipamentos, (ii) doação dos DVDs a entes da administração pública ou a entidades privadas sem fins lucrativos e (iii) outras que a Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo entender como conveniente e oportuna;
- b.** participação, com a atividade cultural viabilizada a partir deste edital, em ações e programas da Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo. A definição dessa participação será feita posteriormente de acordo com disponibilidade do proponente e interesse da Secretaria.

**observações
relevantes**

E adicionalmente (a exclusivo critério do proponente):

- c.** medidas que promovam a fruição de bens, produtos e serviços culturais a camadas da população menos assistidas ou excluídas do exercício de seus direitos culturais por sua condição socioeconômica, etnia, deficiência, gênero, faixa etária, domicílio, ocupação;
 - d.** promoção de ações que facilitem o livre acesso de idosos e pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida e/ou medidas de acessibilidade comunicacional (de modo a diminuir barreiras na comunicação interpessoal, escrita e virtual).
-
- iii.** O proponente deverá mencionar o Governo do Estado de São Paulo, a Secretaria da Cultura e o ProAC nos créditos e em todo o material de divulgação do projeto (impresso, virtual e audiovisual), conforme regras previstas no Manual de Identidade Visual do ProAC.
-
- iv.** Microempreendedor Individual (MEI) não poderá participar deste edital.

iv.b.3
 edital prêmio estímulo
 de curta-metragem
 – 2016

modalidade de aporte	fomento direto.
prazo para apresentar projetos	Encerrado em 17/8/2016.
valor	R\$ 80.000,00 para cada um dos sete projetos selecionados, totalizando a quantia de R\$ 560.000,00 pelo edital.
tipos de projetos apoiados	sete projetos para contratação e sete suplentes que contemplem a produção de uma obra cinematográfica de curta-metragem (duração igual ou inferior a 25 minutos) do gênero ficção, documentário ou animação destinada prioritária e inicialmente a salas de cinema.
quem pode participar	<p>a. O chamado “proponente” será a pessoa física responsável pela inscrição do projeto no edital, que exercer as funções de diretor/roteirista ou produtor do curta-metragem e for residente comprovadamente no Estado de São Paulo há mais de dois anos. O Proponente deverá adotar um pseudônimo no ato da inscrição, sem oferecer nenhuma indicação de sua real identidade, a qual será revelada somente na fase de contratação do projeto. O proponente não poderá ter dirigido um filme de longa-metragem.</p> <p>b. O proponente deverá indicar a chamada “empresa responsável” pela produção do curta-metragem, que deverá ser uma produtora brasileira independente registrada na Ancine e estar comprovadamente sediada no Estado de São Paulo há mais de dois anos. A identificação da empresa responsável será solicitada durante a contratação dos projetos selecionados, sendo a mesma responsável legalmente pela realização do projeto.</p>
nota	no mínimo três projetos selecionados serão de proponentes domiciliados fora da capital do Estado de São Paulo.

observações
relevantes

- i. Cada proponente poderá inscrever apenas um projeto no edital, enquanto cada empresa responsável poderá celebrar contrato com a Secretaria da Cultura para a realização de, no máximo, dois projetos.
- ii. Ao contrário da maioria dos editais da Secult/SP, cujo sistema de inscrição é *online*, este edital exige que as inscrições sejam feitas pessoalmente ou por via postal ao Núcleo de Protocolo e Expedição da Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo.
- iii. O processo de seleção é composto de três fases, sendo que apenas na terceira fase é revelada a identidade do proponente e indicada a empresa responsável para contratação.
- iv. O proponente deverá mencionar o Governo do Estado de São Paulo, a Secretaria da Cultura e o ProAC nos créditos e em todo o material de divulgação do projeto (impresso, virtual e audiovisual), conforme regras previstas no Manual de Identidade Visual do ProAC.

iv.b.4
programa de fomento
ao cinema paulista
2016 – edital de
produção

modalidade de aporte	incentivo fiscal (artigos 1º – investimento e 1ºA – patrocínio, ambos os mecanismos previstos na Lei do Audiovisual).
prazo para apresentar projetos	Encerrado em 16/12/2016.
valor	R\$ 4.500.000,00 divididos em dois módulos: <ul style="list-style-type: none"> a. Módulo 1: cinco projetos de produção de longa-metragem nos gêneros ficção e animação com prêmio de R\$ 750.000,00 cada. b. Módulo 2: dois projetos produção de longa-metragem no gênero documentário com prêmio de R\$ 375.000,00 cada.
nota	os prêmios do Edital são efetuados por “Empresa Investidora Associada” diretamente aos proponentes selecionados pela Comissão de Seleção. Ou seja, este edital utiliza recursos das empresas estatais do Estado de São Paulo, via Lei do Audiovisual, cabendo à Secretaria da Cultura do Estado a organização do processo seletivo para escolha dos projetos que receberão o patrocínio dessas empresas. A título de exemplo, em 2015, a Sabesp foi a empresa investidora associada.
tipos de projetos apoiados	sete projetos cinematográficos de longa-metragem e 14 suplentes, nos gêneros ficção, animação e documentário, previamente aprovados na Ancine para captação de recursos via mecanismos do artigo 1º ou 1ºA da Lei do Audiovisual.
nota	no caso de projetos que solicitaram captação pelo artigo 1º da Lei nº 8.685/93, é necessária a aprovação pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM), com prazo de validade ou respectiva prorrogação até o dia 31/12/2017.
quem pode participar	empresa produtora brasileira independente, conforme definição dada pela MP nº 2.228-1/01, sediada no Estado de São Paulo comprovadamente há mais de dois anos, devendo a empresa proponente deste edital ser a mesma responsável pela inscrição do projeto na Ancine.

observações
relevantes

- **a.** O orçamento válido para fins deste edital é o aprovado pela Ancine.
- **b.** Serão considerados somente os valores disponíveis para captação através dos artigos 1º e 1ºA da Lei do Audiovisual. Não serão aceitos remanejamentos de outros artigos, em especial do artigo 3º para os artigos 1º e 1º A, feitos após a inscrição do projeto neste edital.
- **c.** O proponente deverá fazer constar os créditos pertinentes ao projeto em duas cartelas, (i) cartela com a logomarca da Secretaria da Cultura, do Governo do Estado, do Programa de Fomento ao Cinema Paulista – 2016 e com a logomarca da empresa investidora associada e eventuais empresas investidoras associadas; e (ii) cartela exclusiva para empresa investidora associada.
- **d.** Os créditos pertinentes ao projeto serão realizados em todos os seus meios de divulgação.
- **e.** O proponente deverá se responsabilizar pelo cumprimento das contrapartidas devidas à empresa investidora associada e à Secretaria da Cultura, conforme Anexo II do Edital.

capítulo v

o modelo de financiamento global

capítulo v

o modelo de financiamento global

Tradicionalmente, existem cinco fases do processo de produção e financiamento do audiovisual global. À frente de cada fase relacionamos palavras-chave relacionadas com cada uma das etapas do processo que serão desenvolvidas em seguida:

1. Desenvolvimento

contrato de opção com obra literária ou dos direitos sobre história de uma pessoa; materiais originais; acordos com atores, diretores e outros talentos; roteiro; o *chain of title* (conjunto de contratos e documentos que asseguram a propriedade da obra); diretor e seleção de pessoal, orçamento e empacotamento.

2. Financiamento

pré-venda do conteúdo pelo mundo e no país, *gap* ou *supergap* (valores necessários para completar o orçamento não conquistado por outras formas), participação no resultado do projeto (*equity*), propriedade do conteúdo (IP), adiamentos de pagamento (*deferrals*), pagamentos prioritários, incentivos fiscais, seguro de conclusão de obra (C-Bond), coprodução (nacional ou internacional), merchandising e patrocínio (com ou sem benefício fiscal).

3. Produção (pré, produção e pós-produção)

programação, montagem, equipe, locais de endereço dos fornecedores e gerenciamento de extensão. O acompanhamento da empresa de seguro e do financiador durante o processo de produção.

4. Distribuição

estratégia de lançamento, *day and date* (sistema que lança o audiovisual em VOD no mesmo dia em que lança no cinema), negociação com as televisões (aberta e fechada), formas de recuperação dos valores investidos em cada janela etc.

5. Ancilares e resultado econômico das obras

formas de remuneração dos investidores e dos envolvidos no processo. Relação das janelas para além da exploração do filme, mas de seus subprodutos e licenciamentos possíveis. Parques temáticos.

v.a desenvolvimento

A fase de desenvolvimento começa na opção. Durante este processo é que se matura o roteiro, dimensiona custos para produção de orçamento, estudam-se nomes de atores e diretores etc.

É nessa fase que o produtor deve definir a *logline* do seu projeto. *Logline* é um sumário curto do produto audiovisual que consiga sintetizar a ideia do projeto e cativar o interesse do interlocutor sobre ele. Alguns exemplos de *loglines*:

Batman Begins

Bruce Wayne perde seus pais por um crime sem sentido e anos mais tarde se torna o Batman, que vai salvar Gotham City à beira da destruição dos crimes perpetrados por uma antiga ordem.

Shrek

Um ogro, a fim de recuperar o seu pântano, viaja, juntamente com um burro chato, para trazer uma princesa a um senhor, desejando ele próprio ser o rei.

1.1 Opção

Normalmente essa é a primeira etapa de qualquer projeto, a fase 1 do processo de desenvolvimento. Nesta etapa, o produtor seleciona uma história, que pode vir de um livro, de um jogo, de outro filme, de uma história verdadeira ou uma ideia original. A opção é um contrato feito em duas etapas: entrega-se ao produtor a opção de um determinado direito, sendo que a definitiva compra do direito só vai se dar se o produtor conseguir avançar com o projeto. É bom ter em mente: uma boa história é a parte crucial para garantir o sucesso de um filme, mas lembre que não é a única. Vamos explorar algumas situações:

Situação 1

Se a história já é um roteiro

O primeiro passo é fazer um acordo de opção, ou um acordo contratual entre o produtor (ou estúdio) e o escritor (ou terceira parte que tenha o direito). A opção é o direito – mas não a obrigação – de um produtor usar o roteiro para desenvolver um filme no futuro. O acordo descreve o período de tempo especificado e obrigações financeiras, o produtor tem que avançar para a criação de um filme baseado no roteiro. Pode ser exclusivo ou não, mesmo que normalmente seja exclusivo nos primeiros 12 ou 18 meses (garantidos pelo primeiro valor pago pela opção).

O preço de compra no mercado americano é geralmente de 2% do orçamento. Além da antecedência, produtor e escritor têm que negociar o piso e o teto cobrados (para cinema e televisão). Escritores muitas vezes podem ter 5% do lucro líquido do produto. Da mesma forma, o escritor pode garantir o preço usando valorização de opção real (ROV) e especificando as condições para o roteiro ser executado do jeito que está, jogar fora o trabalho realizado ou modificar o seu resultado (modelo que no Brasil é um pouco mais complicado em virtude do direito moral de autor)²².

Estúdios e grandes produtores são usados para fazer opção de uma série de bons e baratos roteiros de modo que um deles se torne um filme. O contrato de opção de um roteiro é sempre mais barato e em seguida se pode exercer a opção de compra. Se se tratar de um escritor, a primeira coisa que se deve fazer quando terminar de escrever o roteiro é de registrá-lo e pensar sobre qual seria um bom preço para oferecer a opção do material (já com previsão no contrato de opção do preço da compra posterior).

Em suma, o contrato de opção de aquisição de direitos é um instrumento contratual que tem duas fases: o pagamento pela opção do roteiro e, num segundo momento, o exercício desta opção para realizar o projeto. Então digamos que seja feito um pagamento ao roteirista de 1.000 dólares pela opção do

roteiro; no momento em que se conseguir levantar orçamento, atores e o green light (autorização para início da produção) for dado, paga-se pela compra dos direitos nas condições já previamente estabelecidas na opção.

Situação 2 **Se a história tem que se tornar um roteiro**

Após a identificação de um tema ou mensagem subjacente, o produtor tem que encontrar um escritor para (1) preparar uma sinopse (2) fazer o “esboço”, que envolve quebrar a história para baixo em cenas de um parágrafo que se concentram na estrutura dramática (3) fazer o tratamento, uma descrição de 25 a 30 páginas da história. Isso geralmente tem pouco diálogo e desenhos que ajudam a visualizar os pontos-chave.

Outra maneira é produzir apenas um trabalho escrito, que combina elementos do roteiro e de tratamento, especialmente do diálogo. James Cameron chamou esse papel de “*scriptment*”, quando ele escreveu pela primeira vez um de 47 páginas para o Homem-Aranha. O *scriptment* de Titanic tinha 131 páginas. Com base nesse material, o roteirista desenvolve um roteiro (*script*).

Também para a compra de direitos sobre história de vida ficcional de alguém ou dos direitos sobre a história baseada em um livro, pode-se fazer contrato de opção. Da mesma forma, estabelece-se um preço pela opção e, ato contínuo, na medida em que houver a certeza de realizar o projeto, paga-se o preço de compra do direito, em valores e forma previamente combinados.

Quando a opção não está feita sobre o roteiro, mas sobre um contrato de opção de um livro, por exemplo, os roteiristas podem ser contratados como simples prestadores de serviço. Nos Estados Unidos, o contrato de roteirista é tido como um trabalho técnico, mas devem ser respeitados os limites mínimos de pagamento do sindicato, quando for o caso²³.

1.2 Comprometendo os talentos (artistas e diretor)

O segundo passo na fase de desenvolvimento é reunir os principais profissionais para a obra, tal como o diretor, os atores principais e, por vezes, o diretor de fotografia. Esses são chamados “talents” e tornam-se ativos fundamentais para o financiamento do filme. No caso de séries de TV, o chamado *showrunner*, responsável por garantir toda a realização da obra, também é fundamental.

Só um contrato garante o compromisso desses indivíduos em participar da produção audiovisual. A indústria dos EUA não acredita em “carta de intenções” para demonstrar que alguém fará parte de um projeto. Para comprovar vínculos – e financiar seu filme – é necessário um contrato contendo o nome do roteiro que será trabalhado, a descrição da função que a pessoa irá desempenhar, o prazo deste vínculo e o tipo do contrato. Esse é um tipo de “Attachment Agreement” que, para ser firmado, não precisa de qualquer pagamento prévio. Esse tipo de contrato pode ser de dois tipos:

Pay or Play

é um tipo de contrato em que o profissional (geralmente atores ou um grande diretor) recebe uma certa quantia de dinheiro para participar do filme. Ela garante remuneração se, não por culpa própria, o artista é liberado do contrato. Isso geralmente acontece quando você deseja substituir um ator por uma estrela maior, mas, para segurar o ator, topa fazer um contrato de *pay or play*.

Pay and Play

É um contrato da mesma natureza, mas muito mais raro e só é aplicado a megaestrelas. Isso significa que, uma vez que este contrato é assinado, o ator será pago e participará do filme, não importa o que aconteça. Isso assegura às grandes estrelas que elas não podem ser substituídas.

Os valores de remuneração de grandes talentos americanos subiram muito ao longo dos últimos anos, de forma a se tornarem proibitivos aos orçamentos dos produtores independentes. O que várias produtoras e grandes artistas têm feito, com relativo sucesso, é estimar um valor para o orçamento para pagamento fixo e inserir o talento como sócio no resultado do projeto. Os modelos de participação em resultado podem ser desde *equity*, ou seja, sócios no resultado do projeto (menos vantajoso para o artista) até o modelo de participação em receitas brutas ou em percentuais incidentes junto com as comissões de distribuição (mais vantajoso para o artista), que veremos mais adiante.

22. O direito moral é parte do direito autoral e significa, no direito brasileiro, um direito indisponível (diferente do direito patrimonial que pode ser negociado da forma que se entender mais adequada). Faz parte do direito moral de autor o direito à integridade da obra e a do crédito de autoria, por exemplo. Tais direitos são irrenunciáveis.

23. O sistema de sindicato (*guilds*) americano se aplica quando um dos agentes envolvidos é sindicalizado ou essa é uma opção da produção. Por exemplo, um roteirista membro do *Writers Guild of America*, o *WGA* (Sindicato dos roteiristas americano), só pode trabalhar nas regras do sindicato (tabela mínima etc). Se um estúdio for o produtor de um filme (todos eles estão sujeitos às regras sindicais), as regras de contratação têm que respeitar o padrão sindical (*Director Guild of America*, o *DGA*, Sindicato dos Diretores Americanos, para os diretores, e assim por diante). No entanto, se estivermos falando numa produção realizada por uma pequena produtora independente que contrata um roteirista novo e um ator não sindicalizado, nesse caso não precisa seguir regras de nenhum sindicato.

1.3 Chain of title

O “*chain of title*” refere-se a uma série de documentos ou acordos que estabelecem direitos de propriedade (*ownership*) em um filme e todas as suas partes. É uma coleção de todos os documentos que se relacionam com a criação, cessão de direitos e transferências de título a quaisquer bens utilizados na realização do filme.

O *chain of title* visa proteger todas as obras originais usadas no filme, além de estabelecer que não há documentação apropriada em relação aos direitos cedidos ou licenciados por terceiros para o cineasta. Os direitos de propriedade podem incluir direitos autorais, marcas comerciais e/ou direitos de publicidade. O chamado “*chain*” é executado a partir do atual proprietário, em determinado momento, de volta para o proprietário original de tais direitos de propriedade. Assim, este conjunto de documentos pode continuar a crescer ao longo do tempo. Ele é normalmente mantido em ordem cronológica e guardado em alguma pasta flexível de arquivos, já que sempre deve ser mostrado. Normalmente, o *chain of title* apresentado para os outros para a sua revisão consiste em cópias dos documentos originais.

A cadeia de “*clearance*” (ou regularização) do título é a mesma sequência de documentos sem falhas no tempo ou outros problemas que podem obscurecer a propriedade do projeto.

Cineastas não deve esperar até que o filme seja concluído para começar a montagem do *chain of title* do seu filme. Esta atividade deve ser contínua durante todo o processo de criação tanto do roteiro como do filme subsequente. Em outras palavras, as cópias de todos os documentos relativos à propriedade dos direitos sobre o roteiro ou filme deve ser adicionado à cadeia de documentos de título como eles são criados.

Sem o apropriado *chain of title* o produtor pode ter a melhor produção artística em suas mãos que ela não vale de nada. Ele teria uma obra-prima que não pode ser comercializada por falta de direitos. E imagine ter a obra pronta e saber que determinado direito (uma música, uma cena ou a imagem de uma obra de arte) tem que ser retirado? Isso pode ser um prejuízo irreparável ao sucesso do projeto.

1.4 Beat Sheet

O orçamento é feito em uma folha chamada de *beat sheet*, na qual constam os custos dos principais produtos e serviços que serão necessários. A *beat sheet* é dividida em três partes principais:

Above the line costs (ATL)

ou custos acima da linha, incluem a aquisição de direitos, diretor, produtor ou produtores associados e do elenco.

Below the line costs (BTL)

ou custos abaixo da linha, incluem todos os custos de produção, como a equipe, equipamentos, locais, câmeras, adereços, guarda-roupa etc.

Pós-produção

às vezes considerado como BTL, inclui a edição, efeitos, som, laboratório, música, dentre outros.

Após a *beat sheet* ser feita, o plano financeiro vai exigir mais custos e taxas como serviços jurídicos, seguros, encargos financeiros, impostos etc.

v.b financiamento

Uma vez que o produtor tem o direito de desenvolver um roteiro, os contratos com profissionais vinculados e o orçamento para a produção, ele está pronto para iniciar o processo de financiamento. Existem dois níveis de financiamento: estúdios (ou canais de televisão) e independentes.

Financiamento estúdio é um sistema fechado em que na maioria das vezes os filmes são autofinanciados por essas empresas. Há duas décadas, os seis principais estúdios realizavam cerca de cem filmes por ano. Hoje em dia esse número não é maior do que 20. A principal razão é que eles estão investindo em orçamentos elevados (em torno de US\$ 100 a US\$ 200 milhões) para ser atraente para o público a ir para os cinemas.

Financiamento independente, por outro lado, é um processo através do qual o produtor vende individualmente os direitos do filme em cada território e faz licenças individuais. Os contratos de venda prévia são descontados em um banco e o dinheiro é utilizado para realizar o filme. Para isso, o produtor costuma contar com um agente de vendas. Alguns agentes de vendas conhecidos são *Exclusive Media*, *Meganalisis* (filmes de arte), *Vandome*, *End Game*, *Gold Circle*, *New Regency*, *Silver Real*, *Eco Lake* e *Croassain*.

Por enquanto, é importante notar que o financiamento independente representa o maior número de produtores no mercado, mesmo que a quantidade de dinheiro arrecadado por estúdio de produção seja maior. Assim, é imperativo compreender o sistema de

financiamento para se tornar parte desta indústria. Os passos serão apresentados a seguir e correspondem ao financiamento independente de filmes que pode ser realizado por qualquer produtor, de qualquer parte do mundo.

2.1 O plano de negócios

O plano de negócios (*business plan*) é a principal ferramenta de marketing e vendas. É também o mapa entre uma ideia de filme ou programa de TV e a sua realização. Esse plano precisa ser factual e de fácil compreensão para potenciais investidores ou parceiros. Quanto mais dados sobre o mercado, maiores as chances de chegar a modelos de negócio criativos para o conteúdo. O plano de negócios é o documento mais valioso do empreendedor para salvaguardar o seu sucesso e peça obrigatória em qualquer planejamento audiovisual.

A seguir apresentamos um exemplo de um esquema de plano de negócios. Todos esses passos devem ser feitos podendo ser adequados no momento de apresentar de cada investidor.

- a. Sumário executivo**
última parte que se escreve para efeitos de plano, mas o primeiro item sempre. É composto pela informação essencial sobre o projeto.
- b. Empresa produtora**
um pouco da história e portfólio incluindo outros projetos e experiência da equipe.
- c. Filmes**
loglines dos filmes que a empresa tem em seu currículo (vide acima definição de *logline* em Desenvolvimento).
- d. Indústria**
um parágrafo sobre o panorama atual da indústria (de cinema ou televisão) no seu local de atuação.

- e. Mercado**
o mercado específico para o conteúdo. Inclui território, gêneros, outros títulos comparáveis etc. Os produtores costumam apresentar uma tabela contendo uma análise completa do filme baseada no histórico de títulos parecidos (mesmo gênero, faixa etária, época de lançamento etc). Este item será detalhado em plano financeiro, mais adiante.
- f. Distribuição**
a estratégia de distribuição, considerando se será a partir de empresa de distribuição ou distribuição própria; as janelas prioritárias, o público-alvo, a estratégia de VOD (*video on demand*), DVD, blu-ray etc.
- g. Plano financeiro**
fontes de financiamento, os fatores de risco e o retorno do investimento (ROI).

2.2 Coprodução

Talvez não se percorra sozinho esta jornada. A coprodução é a produção conjunta de um projeto com contribuições substanciais de duas ou mais empresas de produção, no todo ou em uma etapa de realização do conteúdo. Nesse caso, é necessário estabelecer um contrato – entre empresas de um mesmo território ou entre nações – capazes de permitir a utilização de recursos materiais e/ou humanos das partes envolvidas. O motivo mais comum para os produtores realizarem parcerias com outros produtores é compartilhar o tempo (de trabalho) e dinheiro (investimento). No entanto, as coproduções também podem acontecer para aproveitar-se de uma determinada oportunidade, como veremos na parte de incentivos fiscais mais adiante.

Após escolher o parceiro para coproduzir é imprescindível entender as regras locais. A coprodução permite compartilhar o trabalho e o investimento, mas, ao mesmo tempo, aumenta os riscos e, portanto, precisa de um bom planejamento para ser bem-sucedida.

Nos Estados Unidos entende-se que a coprodução compõe-se de um misto de contribuição artística e de investimento tendo, cada qual, 50% de importância. Isso significa que se um investidor entra para financiar metade de um filme mas não participa da concepção artística do projeto, ele teria 25% dos direitos a receber. Isso porque 50% do *equity* cabe aos investidores e, sendo assim, metade do investimento é pago proporcionalmente

ao recurso. Quando um coprodutor entra dividindo trabalho artístico e investimento em metade cada um, por exemplo, tem-se que 50% do *equity* para cada coprodutor. Mas claro que os coprodutores podem ter diferentes participações na parte artística e, por exemplo, oferecer uma distribuição diferenciada nesse quesito.

No Brasil o entendimento firmado pelo mercado e seu órgão regulatório é completamente diferente. Aqui o *equity* ou propriedade sobre o filme devem pertencer proporcionalmente ao montante investido, não levando em conta a participação artística de cada parte. Claro que a parte brasileira não pode ser mero prestador de serviço do estrangeiro, o que descaracterizaria a coprodução, mas não há essa exigência forte de que a parte de concepção artística seja dividida e em que proporções, já que não se admitiria participação diferenciada na propriedade baseada simplesmente na criação e não no dinheiro. O que há é a necessidade de se ter um mínimo de artistas e técnicos brasileiros trabalhando no produto final dependendo do tipo de coprodução de que estivermos falando.

Em muitos casos, os países juntam seus recursos de produção com base nos termos de acordos de coprodução. Os Estados Unidos são um dos poucos países que não mantêm acordos de coprodução com qualquer outro país. A Convenção de Coprodução Europeia de 2 de outubro de 1992 descreve as principais características da cooperação multinacional entre os países da União Europeia, mas cada país tem leis

e regulamentos específicos que regem o financiamento de filmes e coprodução. Estes benefícios financeiros podem se estender até coproduções com países de fora da Europa. Por exemplo, o Tratado de coprodução entre França e Israel foi assinado no dia 11 de outubro de 2002. Desde então muitos filmes foram coproduzidos com o apoio financeiro da CNC francês (*Centre du cinéma et de l'image animée nacional*) e o *Israel Film Fund*. Cada produtor deve investir pelo menos 20% do orçamento no projeto coproduzido. Nos termos do artigo 10 do tratado de coprodução, benefícios de coprodução podem ser estendidos para os produtores de países terceiros. No filme de Eran Riklis, *Lemon Tree* (2007), por exemplo, havia quatro coprodutores: uma empresa de Israel com 28%, uma da França com 30%, uma da Alemanha com 31% e por fim uma da Itália com 11% (juntas e nessas participações conseguiram 100% do orçamento do filme).

No Brasil, a fim de ter acesso a incentivos locais, deve-se ter uma empresa produtora independente brasileira e um contrato de coprodução com a empresa estrangeira para que se possa usar as fontes locais de financiamento. Existem dois tipos de modelo de coprodução envolvendo o Brasil: i) aquelas produzidas pela empresa brasileira registrada na Ancine, em associação com empresas estrangeiras com que o Brasil tem um acordo de coprodução com e de acordo com este acordo, ii) aquelas produzidas a partir de um acordo de coprodução com uma empresa de produção registrada na Ancine, em

associação com empresas estrangeiras sediadas em territórios com os quais o Brasil não mantenha acordo de coprodução. Neste caso, a parte brasileira deve ter um mínimo de 40% dos direitos do filme e utilizar artistas e equipe dos quais pelo menos 2/3 devem ser brasileiros ou estrangeiros residentes no Brasil há mais de 3 anos (vide texto da página 26- co-produção internacional).

2.3 Fontes de financiamento

Existem diferentes fontes de financiamento disponíveis para empresas de produção. Antes disso, no entanto, é importante entender que existem dois tipos de recursos financeiros na produção:

Aqueles possíveis de serem obtidos no presente

dinheiro para apoiar a produção, tais como subsídios, alguns incentivos fiscais, capital de risco que adquire participação no *equity* da operação.

Aqueles que estão “prometidos” no futuro

dinheiro que precisa, muitas vezes, ser antecipado a fim de ter a verba para pagar os seus custos de produção. São eles a garantia mínima decorrente de pré-vendas ou incentivos fiscais pagos após a comprovação do gasto. Como o pagamento é posterior podemos incluir nesse grupo os *deferments* (adiamentos) de pagamentos de alguns fornecedores.

Para proporcionar uma melhor visão sobre todas as possibilidades, todos eles serão chamados “fontes de financiamento” e passaremos a descrever um a um. Para ajustar os disponíveis no “presente” com os prometidos para o futuro, veremos ao final do capítulo do financiamento um item para explicar como obter fluxo de caixa de produção dentro do modelo americano.

a. Os subsídios do governo (*grants*)

Alguns países ou estados contam com políticas públicas para subsidiar a produção audiovisual. Os governos oferecem esses subsídios, pois esperam movimentar a economia local e estimular a geração de empregos. Os subsídios governamentais são muitas vezes doações puras nas quais o governo não exige retorno financeiro.

Dependendo do tipo de subsídio, a solicitação pode ser feita por organizações com ou sem fins lucrativos. As ONGs podem executar atividades ou oferecer programas específicos. A Global Film, por exemplo, (www.globalfilm.org) oferece bolsas para cineastas cuja obra apresenta excelência artística, autêntica autorrepresentação e o esforço de contar histórias. O Governo Federal do Brasil, o governo dos Estados e municípios também fornecem alguns subsídios a empresas de produção locais (os chamados “editais”).

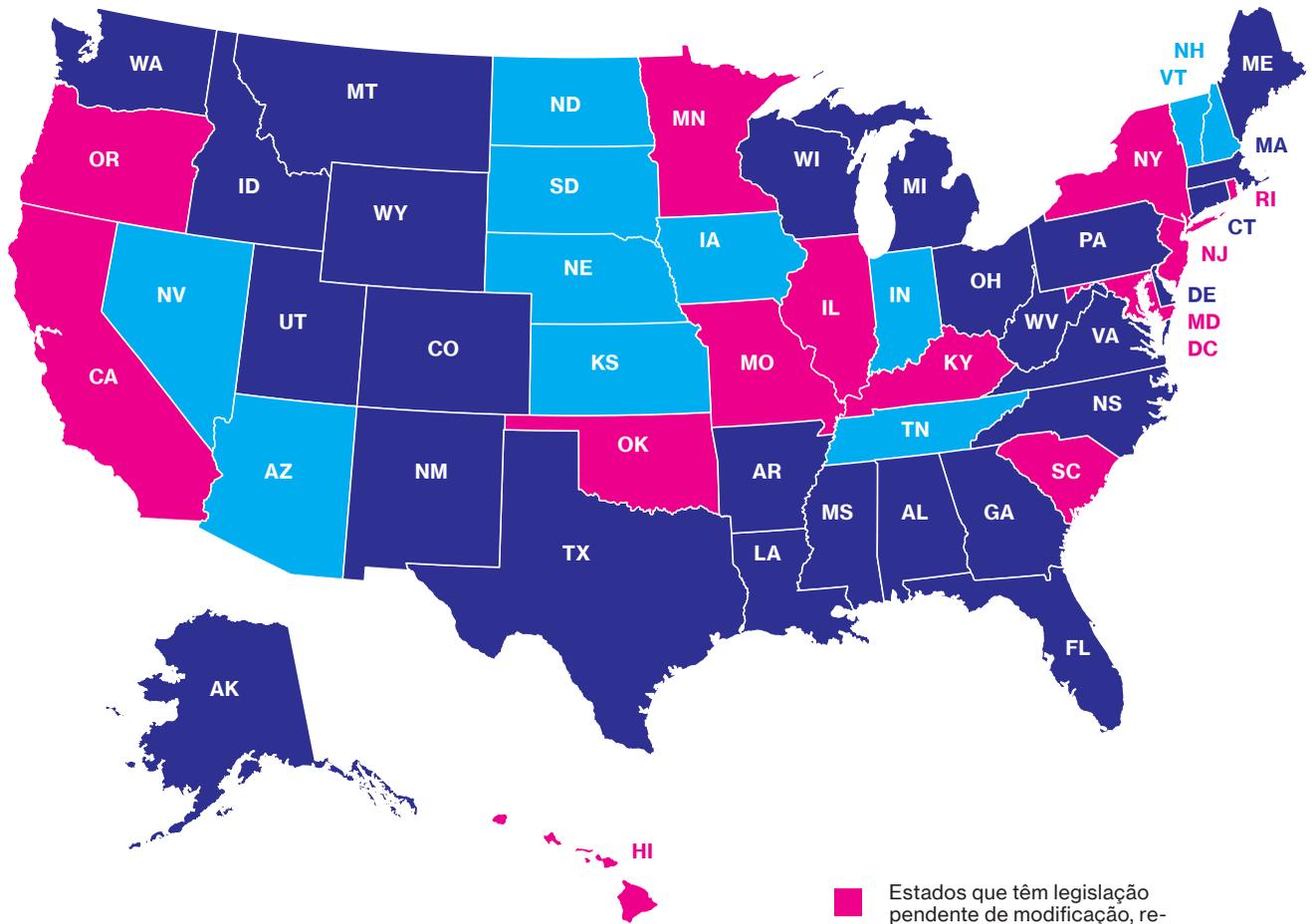
b. Incentivos Fiscais (*tax incentives*)

Incentivos à produção são oferecidos em muitos Estados em todos os EUA e também em várias jurisdições estrangeiras para incentivar a produção cinematográfica e televisiva local. Incentivos à produção são oferecidos como descontos em dinheiro, créditos fiscais ou financiamento direto de produção. Além disso, diversas jurisdições oferecem vendas, uso, consumo, ocupação hoteleira e recibos de redução fiscal bruta nas formas de deduções, créditos e isenções.

O Canadá começou os incentivos locais em 1998 para atrair produções de Hollywood como forma de estimular negócios com produtores estrangeiros. Produzir neste território, desde então, se tornou uma alternativa de financiamento para boa parte das produções de Hollywood. Vancouver pode facilmente ser identificado como Seattle, Toronto com Nova York e Quebec ou Montreal lembram qualquer cidade europeia.

Os estados americanos da Louisiana e Novo México se inspiraram no Canadá e lançaram incentivos. Seus programas têm hoje um histórico bem estabelecido de sucesso. O número de incentivos estatais têm crescido rapidamente desde aquele tempo, com o maior crescimento em 2006. Dos 50 Estados americanos, mais de 30 oferecem incentivos para filmagens locais. Existe uma fonte fundamental de pesquisa sobre os incentivos: o Entertainment Partners - EP (www.entertainmentpartners.com). Esta é uma empresa que mantém atualizadas todas as informações sobre incentivos disponíveis por Estado.

Ao lado, um mapa simples da distribuição de incentivos pelos Estados americanos:



- Estados que têm legislação pendente de modificação, revogação ou estudam adicionar incentivos à produção.
- Estados que têm incentivos para a produção disponíveis.
- Estados sem incentivo fiscal nesse momento.

Fonte: *Entertainment Partners*.

Abaixo alguns dos conceitos utilizados no mercado dos incentivos fiscais internacional:

- Créditos fiscais reembolsáveis (*refundable tax credits*)
Esses créditos são reembolsos previstos pelo Fisco uma vez que a produtora apresente a declaração de impostos. O crédito reembolsável consiste em excesso de créditos de produção remanescentes após todos os impostos pagos.
- Créditos fiscais transferíveis (*transferable tax credits*)
Esses créditos são créditos fiscais não reembolsáveis, que, se não forem utilizados para compensar os impostos da produtora, a deixarão autorizada a vender os créditos tributários diretamente para os contribuintes locais, ou indiretamente por meio de corretores e/ou intermediários.
- Descontos (*rebates*)
São fundos pagos à produtora, e geralmente não são administrados pelas autoridades fiscais, e não são processados através de declarações de Imposto de Renda.
- Residente
Qualquer pessoa domiciliada no território do Estado ou de qualquer outra pessoa que mantém um lugar permanente para viver e gasta mais de seis meses de cada ano dentro do Estado. Nos incentivos federais, residente é uma empresa de produção local que pode acessar o incentivo de seu país de residência.

Alguns dos incentivos dos Estados americanos:

- Louisiana
Parcialmente reembolsável, totalmente transferível (30-35%);
- West Virginia
transferível (27-31%);
- Nova York
reembolsável (30-35%);
- Illinois
transferível (30-45%);
- Virgínia
desconto reembolsável (15-50%).

Qualquer empresa brasileira pode se utilizar de incentivos nos Estados Unidos, desde que filmem nos Estados mencionados. Não há necessidade de transferir a nacionalidade da obra; a operação é meramente financeira e pode ser estruturada a qualquer tempo, basta verificar os Estados que – ao tempo da filmagem – oferecem as melhores vantagens.

Diferente dos mecanismos dos EUA, que na maioria das vezes têm um crédito fiscal transferível para vender para qualquer empresa, no Brasil o governo lhe dá crédito fiscal para vender contra investimento ou comercialização. Alguém pode colocar parte de seu imposto e receber como investidor ou coprodutor ou, de outro lado, usar o projeto com patrocinadores deduzindo do imposto a pagar.

c. Brand Integration

As marcas são as novas estrelas! Para prosperar na indústria do entretenimento americano um dos pontos-chave é perceber como gerar engajamento de seu produto com marcas que tenham o mesmo público-alvo. A crise de credibilidade em anúncios publicitários tem estimulado ainda mais a criação de conteúdo próprio por parte das empresas, sem uma postura agressiva de venda, mas muito potente em termos de influência de consumo.

A maneira mais antiga de provocar o consumidor é através de *merchandising* que consiste em apresentar ou anunciar produtos ou serviços em conteúdos audiovisuais como um “ponto de venda”. Muito comum em programas e séries de TV, essa técnica tornou-se muito evidente gerando, em alguns casos, rejeição a produtos pois sua venda interrompe o roteiro original do que está sendo transmitido. O *product placement* ganhou espaço e significa inserir a marca sutilmente dentro do contexto do próprio filme para que esta dele faça parte, o mais naturalmente possível. Um exemplo clássico são os carros e relógios usados por James Bond em seus filmes.

Atualmente, ao pensar no financiamento de um filme, considere-se uma estratégia de brand integration. Além da inserção da marca, trata-se de definir como o conteúdo irá interagir com seu público-alvo e como determinadas marcas poderão fazer parte dessa convivência. Significa, de fato, usar técnicas de publicidade junto a conteúdos no sentido de fortalecer

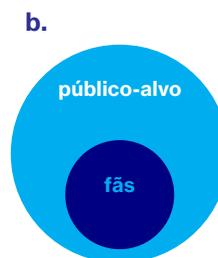
a relação com o público, o maior objetivo que todos os produtores audiovisuais devem obcecadamente perseguir. Algumas empresas já se dedicam exclusivamente ao tema como a BiE (brand-in-entertainment.com).

Segundo Henry Jenkins: “Até agora, vimos as mídias corporativas reconhecerem o valor e a ameaça da participação dos fãs. Roteiristas e criadores pensam na narrativa hoje em termos da criação de oportunidades para a participação do consumidor. Ao mesmo tempo, os consumidores estão utilizando as novas tecnologias midiáticas para ações coletivas”. O autor ilustra o poder do consumidor no caso *Harry Potter*: o livro passou a ser reescrito e continuado por diversas crianças inglesas que tiveram seus trabalhos recolhidos por infringir regras básicas de direito autoral, a pedido da WarnerBros. Entretanto, os fãs continuaram a escrever sobre o herói nas páginas da internet. O que se questiona é que nem a própria autora J. K. Rowling pode exercer tanta influência sobre o comportamento de uma comunidade de fãs. É um excelente exemplo para perceber que quem dá as cartas na indústria audiovisual é a audiência. Fãs procuram produtos baratos, produzidos em larga escala, que lhe concedam um lugar na comunidade. Porém, quando o fã tem poder econômico, ele busca produtos de maior valor para diferenciá-lo dentro de sua comunidade.

Entender a audiência depende exclusivamente de uma atividade: analisar os dados. Quem é seu público? O que ele consome? Que lugares frequenta? Quais outras atividades pratica? Essas questões não são mais meramente complementares. E acredite em uma verdade absoluta: seu filme não é para todo mundo.

O método mais tradicional em Hollywood para avaliar o público-alvo de um filme é o sistema de quadrantes (A). Para ter sucesso um filme precisa atingir dois ou mais quadrantes. Hoje já se fala no sistema circular (B). Quem está no centro do círculo é seu público alvo e portanto não é necessário preocupar-se com a divulgação para ele. Quem está fora do círculo definitivamente não é o público alvo e portanto igualmente não é necessário dirigir anúncios à este público. Toda a publicidade deve ser dirigida para quem está no intervalo intermediário do círculo.

Veja ao lado o exemplo para “O Homem Aranha”. O público mais próximo é obviamente o de homens com menos de 25 anos. No sistema de quadrantes eles seriam o foco para a publicidade e para a integração das marcas. Já no sistema circular, a estratégia de divulgação seria voltada a homens de mais de 25 anos e mulheres de menos de 25 anos que não são o foco de fãs mas podem tornar-se público. Independentemente da estratégia que será escolhida é fundamental criar uma estratégia de “ouvir o público” para aproximar-se de marcas que tenham identidade similar.



O produtor Kevin Goetz, especialista em marketing audiovisual, considera que um bom filme deve ter quatro elementos: *capability* (mede o “DNA” do filme, se o tema é de fato universal), *marketability* (capacidade de incluir e gerar propaganda) *playability* (capacidade do conteúdo em interagir com o público), e *buzzability* (potencial de ter bons comentários dos críticos e reação de mídia social). “Vender é mais arte do que ciência”, diz ele. Goetz está atento que a audiência é o elemento mais importante a ser considerado na hora de se investir em um filme. Além disso considera decisiva a data de lançamento. Diz ainda que um investidor precisa primeiro olhar para todo o elenco para avaliar os atores individualmente, muito diferente do formato que vem se propagando até hoje. De acordo com Kevin Goetz os meios de comunicação que mais influenciam as pessoas são nessa ordem: trailer, propaganda de TV e notícias *online*.

Nos Estados Unidos há mais flexibilidade na relação entre conteúdos e marcas. No Brasil é vedada a publicidade direcionada ao público infantil, por exemplo, por entender que esse público tem muito menos capacidade de discernimento do que o adolescente ou o adulto. Esta vedação está assegurada no artigo 227 da Constituição Federal Brasileira. Graças a isso, um filme publicitário de brinquedo, por exemplo, poderia ser produzido e direcionado aos pais, mas não à criança.

d. Equity

O *equity* é participação no resultado do filme, que teve seu financiamento assegurado por investidores. Do ponto de vista financeiro, o patrimônio representa uma propriedade em qualquer ativo depois que todas as dívidas associadas a esse ativo são pagas. Por exemplo, ações pagam a seus investidores uma fração no resultado (*equity*). *Equity* de um filme, no modelo americano, é a fração com que participa o investidor no resultado do mesmo. Essa participação em *equity* pode decorrer de aplicação de recursos financeiros ou de algum tipo de trabalho realizado para o projeto, que garante essa forma de participação nas receitas.

O audiovisual é, provavelmente, um dos investimentos mais arriscados que alguém poderia fazer. Por que as pessoas investem em filmes ou séries de televisão nos Estados Unidos? Basicamente, porque é uma aposta que pode dar um bom resultado, olhando do ponto de vista objetivo. Há muitas razões subjetivas para investir em produtos audiovisuais como ideias pessoais, participação criativa e fazer parte do *glamour*. Entender as motivações do investidor é o que se espera além de se pedir dinheiro. Estes investidores podem vir de muitos lugares, magnatas herdeiros do petróleo do Oriente Médio, até operadores do mercado financeiro.

Embora seja bastante autoexplicativo, há um aspecto que deve ser discutido, uma vez que muitas vezes é uma fonte significativa de fundos de investimento de capital: o financiamento da produção obrigatória que alguns usuários finais, como emissoras de TV e plataformas de VOD deve investir devido às regulamentações locais. Veja o caso da Lei nº 12.485/11, que regulamenta o serviço de acesso condicionado no Brasil e cria cotas de canal e de pacote, ou a legislação inglesa, que exige o investimento pelos canais na produção independente. São legislações que geram oportunidades para produtores independentes produzirem conteúdo local.

Mas é importante notar que os dias de “*equity* imprudente” foram substituídos pelos de “*equity* inteligente”. Os investidores querem saber sobre o seu plano financeiro, incluindo o seu retorno de investimento. Eles querem participar de mercados em crescimento. Eles sabem que é altamente possível fazer lucro com um filme de US\$ 1.000.000 a US\$ 5.000.000 e encontram outras formas de fazer isso mais rentáveis, como é o caso do mecanismo da retenção prioritária (*senior* ou *subordinated debt*), que explicaremos logo mais.

E sobre os pequenos filmes independentes? Quem os financia? Os investidores mais populares em filmes independentes são a família, amigos e os empréstimos caseiros (*home equity*). Para se ter um filme independente profissional é altamente recomendável não usar essas fontes caseiras, a não ser que a família tenha muito para gastar.

Por isso, é fundamental saber que, para arrecadar dinheiro corretamente, em primeiro lugar deve-se buscar um investidor individual disposto a investir ou uma empresa que possa se beneficiar de colocar seus produtos em sua história. E é assim que se estrutura o modelo americano: com isso, mesmo que você não consiga o dinheiro suficiente, você pode encontrar o resto em um banco.

e. Pré-vendas internacionais

Nas fases finais de busca de financiamento, o produtor contrata um agente de vendas (*sales agent*) que começa o pré-licenciamento de alguns dos principais direitos de distribuição territorial aos distribuidores. O agente de vendas internacionais vende os direitos de distribuição internacional de um filme para distribuidores em todo o mundo, em nome do produtor. Isso pode se iniciar durante a pré-produção e durar até a fase de conclusão de um filme.

Toda “pré-venda” é negociada em cima de um percentual da receita que se faz com o audiovisual naquele território, acompanhado de uma garantia mínima de receita (“MG” ou *minimum guarantee*). Essa garantia mínima pode ser utilizada pelo produtor para descontar seu valor em banco como uma das fontes de financiamento do audiovisual. Cada pré-venda estrangeira (em cada território) tem sempre “garantia mínima”. Esse valor é considerado normalmente

adiantamento da receita de bilheteria ou venda pra televisão que um país irá realizar em seu território. Às vezes, uma grande distribuidora adquire o direito de distribuir um filme num continente inteiro, com uma garantia mínima maior.

Os bancos americanos dividem o mercado em dois: primários e secundários. Os mercados primários são aqueles que têm mais liquidez para os bancos, como Austrália, França, Inglaterra e países do primeiro mundo em geral. Os mercados secundários são aqueles com histórico de recebimento menos confiáveis, como países da África ou Grécia, nesse momento em crise. A taxa paga por um MG de mercado primário pode chegar de 90% a 95% do valor do crédito (um MG de 400 mil dólares, por exemplo, da Inglaterra, seria antecipado para o filme em US\$ 360 mil ou US\$ 380 mil, por exemplo). Já um MG de um mercado secundário (claro que depende do banco e das taxas) consegue antecipação de 50% a 70% do valor de face (um MG dos mesmos US\$ 400 mil, por exemplo, da Grécia, seria antecipado em US\$ 200 mil a US\$ 280 mil).

f. Financiamento bancário: dívida sênior e subordinada (e gap e supergap)

O banco é a chave para um acordo de financiamento no modelo americano, portanto entender suas necessidades é parte importante: i) O banco é um financiador da dívida com retenção prioritária, tendo expectativa de ser totalmente reembolsado, sem muito risco e com juros; ii) Esta abordagem influencia a atitude do banco em relação aos acordos de distribuição e cofinanciadores, a confiança na garantia de conclusão, além do cálculo de reserva de juros; iii) O banco é normalmente o último a financiar e o primeiro a ser reembolsado.

Finalizando o financiamento da produção busca-se a obtenção de cartas de intenção de instituições financeiras ou de seguradoras que façam seguro de finalização (C-Bond). A partir daí busca-se celebrar acordos de pré-venda de distribuição, acordos de finalização de filme (*negative pick-up agreement*) e arranjos de outros trabalhos que possam ser usados como colateral para reduzir o risco (por exemplo os direitos sobre outro filme da produtora).

Normalmente, os bancos só emprestam parte do valor do contrato, de acordo com a história do produtor com o banco, confiabilidade do banco nos compradores (MG vindo de quais mercados), país/território e/ou vendedor.

O primeiro passo na obtenção do banco para a fase em que se está preparado para emprestar é montar o pedido: histórico do produtor, orçamento, plano de financiamento, sinopse, detalhes de diretor, elenco principal, equipe de produção, detalhes do seguro de finalização (C-Bond), detalhes dos acordos de coprodução, memorandos com detalhes de pré-venda feitas pelos agente de vendas, bem como estimativas de vendas por território.

O termo de compromisso não irá oferecer o compromisso de fornecer o financiamento, mas indicará melhores esforços de considerar a possibilidade de um acordo e irá definir os termos em que o banco está preparado para assumir o negócio.

Detalhes tipicamente prestados no termo de compromisso

- Valor
Também confirmam a moeda na qual os recursos serão disponibilizados.
- Objetivo
Financiar os custos de produção do filme.
- Custo do empréstimo
Varia de acordo com a segurança (número de garantias) oferecida ao banco.
- Taxa de juros
Será uma margem acima do custo dos fundos. Custo dos fundos é tipicamente LIBOR (*London Interbank Offered Rate*) e é a taxa a que os bancos emprestam uns aos outros.
- Segurança
Assinada e cobrada em cima do filme – acordos de distribuição, por exemplo, os atuais e futuros, seguros de finalização (C-Bonds) e designação de apólices de seguros (incluindo seguro contra erros e omissões). Outras garantias podem ser necessárias, dependendo da estrutura do financiamento montada.

Condições precedentes para o financiamento bancário

- Contrato de empréstimo
Incorpora uma lista de todas as condições que precisam ser cumpridas antes que o empréstimo possa ser sacado. São áreas gerais que precisam de atenção: os documentos de abertura de conta, documentos de governança corporativa, documentos de segurança (inclui seguro C-Bond), seguros, opiniões (inclui uma carta de opinião de um advogado sobre o *chain of title*).
- *Closing Time* ou tempo de fechamento
Uma vez que o advogado do banco está convencido de que todas as condições foram cumpridas, o empréstimo pode ser levantado. O banco vai insistir que certos pagamentos sejam feitos conforme o plano aprovado. Estes valores podem incluir taxas do fiador; quaisquer pagamentos para descarregar financiamento previstos na pré-produção; custas bancárias; honorários advocatícios do advogado do banco e uma taxa de seguro. Depois de sacar, o contato com o banco irá diminuir – embora eles continuem acompanhando para garantir que a produção do filme está a caminho via relatórios oportunos, custo com os requisitos do banco são geralmente combinados com as garantias de conclusão.

O empréstimo bancário é chamada de “dívida sênior” (*senior debt*). Este é o primeiro dinheiro recuperável (ou recuperação prioritária) em um projeto de filme. Normalmente, os bancos que fazem um acordo de finalização de filme (*negative pick-up agreement*) recebem o dinheiro desde os primeiros rendimentos do filme. Os MGs devidos pelos distribuidores ao redor do mundo são pagos diretamente ao banco, nem passam pelos produtores.

Hoje em dia, há um grande número de empresas menores de financiamento ou até mesmo pessoas físicas investidoras que fazem a chamada “dívida subordinada” (*subordinated debt*). Esta se trata do segundo dinheiro a receber após o banco (dívida sênior), também com retenção prioritária. Em outras palavras, a dívida subordinada é o reembolso do que for adiado ou subordinado à primeira dívida a ser paga.

Dívidas subordinadas normalmente são usadas para financiar o “*gap*” (valor de até 10% do orçamento sem financiamento) ou “*supergap*” (valor maior do que 10% do orçamento sem financiamento). Em outras palavras, a diferença é a forma de financiamento da dívida em que o produtor deseja completar seu pacote de financiamento do filme pela aquisição de um empréstimo, que está garantido contra MGs e direitos sobre territórios não vendidos do filme. *Gap* (ou *supergap*) são subordinados a primeiro se pagar o banco, mas, sem dúvida alguma, é muito mais seguro como financiamento do que os *equity* (que mesmo nos Estados Unidos

difícilmente se recuperam). *Gaps* ou *supergaps* são formas muito ariscadas de investimento de capital e, conseqüentemente, as taxas e juros cobrados refletem esse nível de risco (são maiores que os empréstimos bancários normais).

Normalmente os *gaps* e os *supergaps* estão lastreados em “mercados não comercializados”. Então, por exemplo, digamos que a França é um território que ainda não está pré-vendido. O filme é dado como uma das garantias (mais frágil do que um território vendido, pois ainda não está comercializado) do financiamento do *gap* ou do *supergap*. Isso denota que um analista de crédito americano tem que possuir experiência e histórico de valores que podem ser obtidos em cada mercado no intuito de analisar empréstimos normais ou de *gap* ou *supergap* para produções audiovisuais.

O subsídio, o *equity* e a pré-venda são modelos muitas vezes usados de forma combinada. Na Europa, os filmes dependem fortemente de pré-venda e também das principais emissoras de televisão locais ou distribuidores locais em outras mídias. Isto às vezes pode assumir a forma de um investimento de capital, que inclui a licença dos direitos de distribuição locais. Em alguns casos, a televisão local também pode ser um parceiro legal da coprodução. Por exemplo, uma recente comédia de língua francesa foi uma coprodução França e Bélgica orçada em cerca de € 3,5 milhões. A parcela de subsídios (do CNC na França e créditos fiscais) foi de cerca de € 600.000 e a pré-venda, incluindo a venda

dos direitos de distribuição para os parceiros de coprodução francesa e belga (que poderia ser considerado um investimento de capital) e outras pré-vendas celebradas pelo agente de vendas contribuiu para a captação dos € 2,9 milhões restantes. Dessa forma vemos que o modelo apresentado aqui tornou-se padrão internacional e não somente o modelo adotado pelos Estados Unidos.

Todos os tipos de financiamento bancários exigem que o produtor contrate um seguro de C-Bond. O C-Bond é responsável por verificar se o filme está funcionando de acordo com o calendário. Se o filme começa a adiar obrigações ou andar fora do cronograma, o C-Bond tem o direito de assumir o filme e terminá-lo. Se o C-Bond, ou quem ele nomear, não terminar o filme, este garante o dinheiro do investidor ou do empréstimo bancário que confiou no seguro C-Bond para garantir a conclusão do projeto (explicaremos um pouco mais na parte destinada à produção do projeto sobre esse tipo de seguro).

g. Deferments (ou adiamentos de pagamento)

Depois de ir ao mercado para encontrar investidores para o seu filme, é importante descobrir o que você já tem. Existe algum custo que você pode adiar para pagar com a receita? Existe algum profissional que concorda em receber uma quantidade menor de dinheiro com antecedência e ter maior participação nos lucros mais tarde (uma espécie de *equity*)? Adiantamento (ou em inglês *deferments*) é a soma a pagar a um escritor, ator, diretor, produtor, ou alguém conectado com um filme de receitas provenientes da exploração do filme, mas normalmente após a dedução das comissões de distribuição e despesas e, geralmente, após os financiadores recuperarem todos os montantes adiantados em relação ao custo de produção e entrega do filme.

Geralmente, esta condição é aceita por aqueles que estão olhando para construir suas carreiras ou por talentos de primeira linha (se eles consideram um filme para Oscar), ou mesmo aqueles que não estão trabalhando e querem ser envolvidos em projetos interessantes. Não é aceito pela maioria dos *below the line*, nem tampouco pelos advogados e consultores. No filme *The Blind Side*, em que Sandra Bullock ganhou Oscar de melhor atriz, ela era uma produtora associada usando exatamente o mecanismo de *deferment* (pagamento posterior).

h. Financiamento digital e o crowdfunding

Não é novidade: a tecnologia digital está mudando constantemente o negócio do cinema e da televisão. O primeiro impacto é sem dúvida do ponto de vista da produção. Equipamentos de boa qualidade a preços mais baixos aumentam as alternativas e reduzem substancialmente os custos para captar imagens em altíssima definição, produzir sons digitais e efeitos de vídeo que antes eram exclusividade dos estúdios. A pós-produção tem impactos evidentes. É bastante simbólico o longa-metragem sul-africano *Searching for Sugar Man*, ganhador do Oscar de melhor filme estrangeiro em 2013, tenha sido finalizado utilizando o aplicativo 8mm de um iPhone.

Impactos semelhantes são notados nas fontes de financiamento e marketing audiovisual. O *crowdfunding* é um formato de captação de recursos que permite o financiamento em massa (*crowd*) através da rede. Os formatos originais de crowdfunding visavam atrair doações para ações sociais, iniciativas artísticas e esportivas com o caráter de benemerência. Recentemente algumas operações passaram a usar o crowdfunding para financiar também produções comerciais. É o caso do seriado *Veronica Mars*, que lançou iniciativa de *crowdfunding* para captar recursos para o filme. Através do site Kickstarter (www.kickstarter.com), os produtores do seriado solicitaram US\$ 2 milhões para transformar o conteúdo de TV num longa-metragem. O resultado foi

surpreendente com quase 100 mil doadores que financiaram 5,7 milhões de dólares para produzir o filme. É um exemplo que ilustra o uso das novas tecnologias a serviço do engajamento de marca, a chamada “cultura de fãs”.

O resultado do site Kickstarter em 2012 foi de 2.241.475 pessoas que doaram um total de US\$ 319.786.629, financiando 18.109 projetos. Isso significa uma média de US\$ 606 doados por minuto através da plataforma. Interessante notar que as doações têm origem em 177 países do mundo (mais de 90% do território mundial). Os projetos relacionados a *games* tiveram o maior volume captado, com US\$ 83 milhões. De novo, o produtor não precisa estar nos Estados Unidos para colocar seu projeto nesses portais; basta um pouco de iniciativa, um bom texto e boa estratégia de comunicação para convencer a audiência.

Recentemente, o governo americano regulamentou o *crowdfunding* como investimento. O resultado foi a criação de diversas plataformas nesse segmento, tal como o Slated (www.slated.com). Vale visitar também sobre o assunto: *Seed and Spark* (www.seedandspark.com), *Mobcaster* (www.mobcaster.com), *Indiegogo* (www.indiegogo.com) e *Juntobox Films* (www.juntoboxfilms.com).

A prática do *crowdfunding* ainda representa pouca relevância para o mercado audiovisual americano. Entretanto essa condição certamente mudará quando um filme financiado por seu público alcançar sucesso internacional – principalmente se esse filme for anteriormente recusado por Hollywood.

Também na etapa de exibição é possível reduzir custos através de novas tecnologias. Em primeiro lugar a própria projeção digital nas salas de cinema vem substituindo a onerosa película. Não menos relevante, as novas janelas de exibição *online*, VOD e principalmente móveis permitem novos formatos de conteúdo, mais dinâmicos e baratos. A possibilidade de armazenamento de conteúdo na “nuvem” garante o acesso a cenas extras (*behind the scenes*) exclusivas. A segunda tela (*second screen*), que vem a ser os *tablets* e celulares conectados usados simultaneamente com a televisão, promove novas formas de se relacionar com o conteúdo, especialmente no ambiente doméstico. Nas salas de cinema são cada vez mais frequentes ações que transformem a experiência cinematográfica em um evento social. Percebemos que muitos adolescentes deixaram de ir ao cinema por causa do impedimento de estarem conectados, com seu telefone ligado; algumas salas já oferecem sistema de *wifi*, permitindo que os celulares fiquem ligados e até que o público converse durante as sessões. No Brasil, o CineMaterna oferece salas exclusivas para mães com crianças. Ainda, crescem as produções voltadas para o mercado de nicho e microalvo, como por exemplo o canal de

TV dedicado exclusivamente ao golfe ou à pescaria. Como vimos, o mais importante em toda a cadeia de produção audiovisual é conhecer o público-alvo e interagir com sua base de fãs. No processo de financiamento digital não poderia ser diferente.

O objetivo deste rápido capítulo é dividir com todos a estrutura global e americana, em especial, para se ter clareza na construção de seu modelo de negócio.

capítulo vi

questões tributárias nas produções
audiovisuais e games

capítulo vi

questões tributárias nas produções audiovisuais e games

Apresentaremos a seguir uma breve visão do sistema tributário brasileiro abordando os tributos incidentes sobre o mercado de cinema, TV, VOD e games. Em nossa análise iremos nos focar nos tributos incidentes sobre as operações de cinema, TV, VOD e games, apresentando as principais questões tributárias referentes à operação desses setores, conforme nossa experiência.

vi.a tributos incidentes sobre as empresas voltadas ao setor de cinema, tv, vod e games

a tributação da empresa poderá ocorrer de três formas, sendo essa escolha importante para uma maior eficiência tributária da empresa, seja através da opção pelo regime de recolhimento unificado do simples nacional, ou da opção pela aplicação do percentual de presunção do lucro presumido sobre o resultado da empresa, ou ainda, pela opção pela utilização das adições e exclusões do lucro real para apuração do resultado fiscal da empresa.

O Imposto de Renda e Proventos de Qualquer Natureza da Pessoa Jurídica (IRPJ), imposto cuja arrecadação é de competência federal²⁴. O Imposto de Renda tem como fato gerador a aquisição de renda, entendida como o produto do capital (rendimento), do trabalho (salário e afins), ou a combinação de ambos, bem como de proventos de qualquer natureza, assim entendidos os acréscimos patrimoniais diversos, tais como aqueles advindos da venda de bens ou ativos (ganho de capital) e outras formas de acréscimos patrimoniais.

Cumpra destacar que o Imposto de Renda é o tributo matriz de parte do sistema tributário, ou seja, a escolha de sua forma de apuração definirá a apuração de outros tributos federais, tais como; a Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL); a contribuição para o Programa de Integração Social (PIS); e, a Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (Cofins).

Sobre a opção pela sistemática de apuração através do Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições – Simples Nacional reservada às microempresas e às empresas de pequeno porte, podendo ser classificadas como empresas aquelas cuja receita bruta não ultrapasse R\$ 4.800.000,00 no ano-calendário anterior.

Não podem optar pelo Simples Nacional ou serão excluídas da opção as pessoas jurídicas que se enquadrarem em uma das situações previstas no art. 17 da Lei Complementar nº 123/2006²⁵.

24. art. 153, inc. III da Constituição Federal e art. 43 do Código Tributário Nacional.

25. Serão excluídas do Simples Nacional as pessoas jurídicas que se enquadrem em qualquer das seguintes situações: i) participe de outra pessoa jurídica; ii) seja filial, sucursal e outros de pessoa jurídica estrangeira; iii) cujo sócio participe de outra empresa optante pelo Simples Nacional, desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de R\$ 4.800.000,00; iv) cujo sócio participe de outra empresa com mais de 10% do capital desde que a receita bruta global ultrapasse o limite de R\$ 4.800.000,00; v) cujo sócio seja administrador de outra empresa cuja receita bruta global ultrapasse o limite de R\$ 4.800.000,00; vi) possua sócio domiciliado no exterior; vii) tenha débitos fiscais; e, viii) outras situações previstas na lei complementar.

A sistemática do Simples Nacional consiste no pagamento unificado de diversos tributos²⁶, aplicando uma alíquota única sobre a receita bruta, sendo tal alíquota determinada através do ramo de atuação da empresa, conforme os anexos da Lei Complementar nº 123/2006²⁷.

Ainda as pessoas jurídicas cuja receita bruta total no ano-calendário não ultrapasse R\$ 78.000.000,00²⁸ e que atendam, ainda, a outras exigências legais²⁹ poderão optar por apurar o IRPJ através da sistemática do lucro presumido.

A sistemática do lucro presumido consiste na determinação de coeficientes de presunção de lucro legalmente definidos, conforme a atividade, sobre a receita bruta. Esse coeficiente presume um percentual de lucro para a atividade, reduzindo a base de cálculo sobre a qual será aplicada as alíquotas dos tributos, podendo, assim, reduzir a tributação incidente sobre a pessoa jurídica.

A principal vantagem do lucro presumido é que caso o lucro da empresa seja superior ao percentual aplicável no lucro presumido, ocorre uma eficiência tributária que permite que, através da escolha do regime de tributação, a pessoa jurídica reduza sua carga tributária.

Por fim, a sistemática do lucro real, realiza a apuração do imposto partindo dos balanços ou balancetes do resultado da empresa, acrescentando ao resultado os valores determinados pela legislação fiscal e excluindo as despesas dedutíveis, resultando no lucro tributário da empresa.

Ainda na sistemática de apuração do lucro real, as contribuições (CSLL, PIS, Cofins e Contribuição Previdenciária) possuem formas próprias de apuração de base de cálculo e alíquotas.

Assim para melhor demonstrar as sistemáticas de apuração do IRPJ, bem como dos outros tributos e facilitar a comparação dos regimes, segue abaixo uma tabela contendo as alíquotas das três sistemáticas.

26. De acordo com o art. 13 da Lei Complementar nº 123/2006, os tributos compreendidos pelo Simples Nacional são: i) IRPJ; ii) IPI; iii) CSLL; iv) PIS/Pasep; v) Cofins; vi) INSS Patronal (possui exceção); vii) ICMS (possui exceção); e viii) ISS (possui exceção).

27. Cumpre destacar que o anexo que deve ser aplicado para as empresas atuantes nos mercados abordados no presente manual é o Anexo III – compreende as seguintes atividades: serviços em geral (inclusive mão de obra para construção civil e profissão regulamentada), intermediação de negócios, administração, locação ou cessão de bens móveis, imóveis e de direitos de qualquer natureza.

28. Ou R\$ 6.500.000,00 por mês no ano-calendário anterior.

29. Dentre as demais exigências destacamos o inciso III do art. 14 da Lei nº 9.718/1999 – “III – que tiverem lucros, rendimentos ou ganhos de capitais advindos do exterior”.

comparação das alíquotas dos impostos e contribuições em cada sistemática de apuração

	Lucro Real	Lucro Presumido (g)	Simples Nacional (h)
IRPJ	25% (a)	8%	0% até 0,81%
CSLL	9%(i)	2,88%	0% até 0,79%
PIS/Pasep	0,65% (b) ou 1,65% (c)	0,65% (b)	0% até 2,42%
Cofins	3% (b) ou 7,6% (c)	3% (b)	0% até 0,57%
Contribuição previdenciária	11% (d) ou 20% (e)	11% (d) ou 20% (e)	4% até 7,83%
ISS	2% até 5% (f)	2% até 5% (f)	2% até 5%

a. No lucro real foi apresentado o valor contendo as alíquotas do Imposto de Renda e do Adicional

b. Alíquota na sistemática de apuração cumulativa da contribuição

c. Alíquota na sistemática de apuração cumulativa da contribuição

d. Alíquota de contribuição do trabalhador individual (sócio)

e. Alíquota de contribuição do trabalhador individual (sócio)

f. A alíquota varia conforme o município onde é prestado o serviço, sendo apresentadas as alíquotas mínimas e máximas previstas na legislação.

g. Os valores apresentados referem-se às alíquotas efetivas após o cálculo do percentual de presunção de 32% referente às atividades de prestação de serviços.

h. O Simples Nacional atualmente apresenta 20 faixas de receitas, sobre as quais são aplicadas as alíquotas apresentadas de forma crescente, sendo o primeiro valor a alíquota mínima referente à primeira faixa e o segundo valor a alíquota máxima referente à última faixa. Cumpre ressaltar que as alíquotas são apresentadas apenas como forma de comparação, uma vez que o recolhimento do Simples Nacional é unificado em uma alíquota única, que soma as alíquotas da faixa em que o contribuinte se encontra.

i. Ou 15% no caso de empresas financeira ou outras definidas em lei.

vi.b a questão do iss nas operações que exploram direito autorais

na cessão de direitos autorais, não incide iss e não deve ser emitida nota fiscal, sendo o recibo o documento comprobatório correto para esse tipo de operação.

Cessão de direitos autorais

No ramo televisivo e cinematográfico, as produtoras são contratadas para ceder os direitos de exibição e distribuição sobre suas obras por um tempo determinado a terceiros, sendo remuneradas pelo licenciamento desses direitos. Assim, caracteriza-se como uma operação de cessão de direitos autorais o objeto de operação das produtoras.

Conforme o art. 3º da Lei Federal nº 9.610/1998, os direitos autorais são considerados bens móveis para todos os efeitos legais³⁰. Assim, quando da análise das hipóteses de incidência do ISS, podemos verificar que não é possível a tributação pelo ISS das receitas decorrentes da locação de bens móveis, visto que o item relativo à locação de bem móvel (3.01), foi vetado do texto final da Lei Complementar nº 116/2003 pelo Presidente da República.

O referido veto adveio da consolidação da jurisprudência do STF, que chegou a emitir a Súmula Vinculante nº 31 sobre o tema³¹, decidindo ser inconstitucional a cobrança de ISS sobre operações de locação de bens móveis.

A decisão pela não incidência do ISS refere-se à natureza da operação praticada que é classificada como uma operação de dar e não de fazer, não podendo assim ser equiparada a prestação de serviços à cessão de direitos autorais. Assim, por conta de a operação não ser uma prestação de serviços sujeita à incidência do ISS, não

deve a operação ser documentada através da emissão de uma nota fiscal de serviços, visto que a documentação correta a ser apresentada nesses casos é um recibo de valores, que deverá ser sujeito à tributação competente.

A Incidência de ISS e a emissão de nota fiscal referente à Prestação de Serviços de Produção Cinematográfica

Entendemos que não incide Imposto sobre Serviços (ISS) na prestação de serviços cinematográficos, contudo as prefeituras continuam a exigir o pagamento do tributo, ainda que sem base legal para tanto. Nosso entendimento pela não sujeição da atividade de produção cinematográfica ao ISS, encontra abrigo na jurisprudência dos tribunais superiores que vêm decidindo pela não incidência de ISS sobre a produção cinematográfica, e em consequência da não incidência de ISS deverá ser emitido recibo e não nota fiscal, referente a tais receitas.

As receitas advindas das atividades de produção cinematográfica não deverão ser sujeitas a tributação pelo ISS, ainda que diversos municípios possuam o entendimento de que a produção cinematográfica deva ser tributada.

Cumpramos destacar que não existe previsão legal para a cobrança do ISS sobre as atividades descritas no item 13.01 da lista anexa à LC nº 116/2003, tendo em vista o veto expresso do Presidente da República a esse dispositivo, não sendo possível dessa forma sujeitar a produção cinematográfica a tributação pelo ISS.

Diante da falta de previsão legal para a tributação pelo ISS sobre os serviços de produção cinematográfica, muitos municípios tributam essa atividade como sendo uma atividade congênere à atividade de cinematografia, contudo a

jurisprudência do Superior Tribunal de Justiça afasta tal entendimento apresentando que, se existe veto presidencial à inclusão de serviço na lista de serviços, é vedada sua utilização em interpretação extensiva e ainda os ministros do STJ apresentam que a atividade de cinematografia não equivale à produção de filmes. A produção cinematográfica é uma atividade mais ampla, que compreende, entre outros, o planejamento do filme a ser produzido, a contratação de elenco, a locação de espaços para filmagem

Ainda, por fim, ressaltamos que os valores recebidos pela produtora não devem ser sujeitos a tributação, os valores recebidos pela produtora por força de contrato de coprodução ou mesmo dos fundos setoriais para serem utilizados na criação da obra não são de disponibilidade jurídico-econômica da produtora e, portanto, não deverá ser tributado, visto que não correspondem a qualquer serviço prestado por parte da produtora, sendo o valor passível de tributação quando recebido pelos contratados da produtora que atuam na produção da obra audiovisual.

Por fim cumpro ressaltar que, como não existe previsão de incidência de ISS sobre a produção cinematográfica, tal operação deverá ser registrada através da emissão de um recibo e não de uma nota fiscal, dado que não existe obrigação fiscal de recolhimento de ISS sobre tais valores.

30. “Art. 3º – Os direitos autorais reputam-se, para os efeitos legais, bens móveis.”

31. “É inconstitucional a incidência do Imposto sobre Serviços de qualquer natureza (ISS) sobre operações de locação de bens móveis.”

vi.c importação e exportação de serviços de produção

Para fins fiscais o comércio internacional brasileiro pode ser dividido em duas situações diametralmente opostas, sendo a primeira a exportação de bens ou serviços que possuem baixa tributação para ser incentivada, já as importações de bens e serviços do exterior para o Brasil são, em regra, pesadamente tributados como forma de desestimular essa conduta, sob o argumento de fortalecer o mercado interno.

Exportação de serviços

As exportações de serviços poderão ser isentas de tributação por impostos e contribuições quando os resultados obtidos pelos serviços forem verificados no exterior e desde que a prestação de serviço seja remunerada com o ingresso de divisas no Brasil. Segue ao lado a incidência de cada tributo nas exportações de serviços, em cada sistemática de apuração.

Como forma de fornecer incentivo às empresas participantes do sistema do Simples Nacional, as receitas de exportação possuem um limite próprio de receita bruta, ou seja, a empresa no Simples Nacional poderá ter uma receita bruta nacional de R\$ 4.800.000,00 e outra receita de exportação no mesmo valor, sem ser desenquadrada do regime especial.

tributação das exportações de serviços

	Lucro Real (a)	Lucro Presumido (b)	Simplex Nacional
ISS	Isento (c)	Isento (c)	As exportações de serviços estão sujeitas à tributação integral pelo Simplex Nacional
PIS	Isento (d)	Isento (f)	
Cofins	Isento (e)	Isento (g)	
IRPJ	25%	8%	
CSLL	9% (h)	2,88%	

a. No Lucro Real foram consideradas as sistemáticas não cumulativas das contribuições do PIS e da COFINS, sendo possível o direito ao crédito dos valores exportados.

b. No Lucro Presumido foram consideradas as sistemáticas cumulativas das contribuições do PIS e da COFINS, que não dá direito a créditos.

c. O ISS não incide sobre as exportações de serviços para o exterior do País, de acordo com o artigo 2º, inciso I, da Lei Complementar nº 116/2003.

d. As exportações são isentas do PIS na sistemática não cumulativa, de acordo com o artigo 5º, II da Lei nº 10.637/2002.

e. As exportações são isentas da Cofins na sistemática não cumulativa, de acordo com o artigo 6º, II da Lei nº 10.833/2003

f. As exportações são isentas do PIS na sistemática cumulativa, de acordo com o artigo 14, § 1º, da MP nº 2.158-35/2001.

g. As exportações são isentas da Cofins na sistemática Cumulativa, de acordo com o artigo 14, III, da MP nº 2.158-35/2001 e artigo 7º, VI, da Lei Complementar nº 70/1991.

h. Ou 15% no caso de empresas financeira ou outras definidas em lei.

Importação de serviços

A importação de serviços caminha na direção oposta, ou seja, a tributação é a regra, sendo utilizada como forma de proteger o mercado nacional.

Assim os domiciliados no Brasil que contratarem serviços do exterior ficam sujeitos ao recolhimento de impostos e contribuições sobre as importâncias pagas, remetidas, creditadas, empregadas ou entregues a residentes ou domiciliados no exterior.

Cumpra-se destacar que o entendimento das autoridades fiscais e da jurisprudência majoritária é no sentido de que não é necessário que o serviço seja prestado no país, ou que o contratante do serviço seja domiciliado no Brasil, ou ainda, que a fonte pagadora esteja localizada no país. A simples ocorrência de reflexos do resultado do serviço no Brasil é suficiente para atrair a tributação dos tributos incidentes sobre a importação de serviço.

Para facilitar o entendimento segue ao lado uma tabela com os tributos cobrados na importação de um serviço.

vi.d a utilização de acordos para evitar a dupla tributação para gerar economia tributária

as operações realizadas entre empresas brasileiras e empresas localizadas no exterior poderão sofrer tributação diferente de acordo com em quais países as operações são realizadas, por razão do Brasil possuir acordos para evitar a dupla tributação com vários países, que permitem normalmente uma tributação mais benéfica a operação realizada em comparação com outros países que não possuem tais acordos firmados com o Brasil.

Os acordos para evitar a dupla tributação são instrumento de direito internacional, celebrados pelos países como forma de limitar a competência de tributação das atividades econômicas ocorridas entre eles, incentivando o comércio entre os celebrantes do acordo.

Os acordos estabelecem as regras para repartir, entre os países, a competência para tributação das seguintes operações: lucros, dividendos, juros, *royalties*, serviços e outros, dividindo a forma de tributação em três espécies: i) tributação pelo país da fonte pagadora (conceito fonte); ii) tributação pelo país de residência do beneficiário (conceito residência); e, iii) tributação na fonte limitada, normalmente a 15%, tributando-se o restante na residência do beneficiário, descontando o valor pago na fonte (conceito de tributação mista).

Ao dividir a tributação, o tratado apresenta benefício econômico aos contribuintes de ambos os estados, que terão a certeza de não terem o mesmo valor tributado pelos dois Estados à alíquota cheia.

Após a apresentação dos benefícios tratados sobre a forma dos tratados brasileiros, o Brasil como muitos outros países adota a o modelo da Organização de Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), ainda que o Brasil não seja membro dessa organização. O modelo da OCDE apresenta uma média de 23 artigos, que versam sobre matéria tributária definindo institutos, participantes, tributos abrangidos e situações em que o tratado deve ser aplicado, além de solução de conflitos.

tributação das importações de serviços

tributos	alíquotas	bases de cálculo
IRRF	15% ou 25% (a) (b)	Valores pagos, remetidos, creditados, empregados ou entregues a residentes ou domiciliados no exterior pelos serviços tomados. (c)
PIS Importação	1,65%	Valor pago, creditado, entregue, empregado ou remetido para o exterior, antes da retenção do Imposto de Renda, acrescido do ISS e do valor das próprias contribuições. (d) (e)
Cofins Importação	7,60%	Valor pago, creditado, entregue, empregado ou remetido para o exterior, antes da retenção do Imposto de Renda, acrescido do ISS e do valor das próprias contribuições. (d) (e)
Cide-Royalties	10%	Valores pagos, creditados, entregues, empregados ou remetidos, a residentes ou domiciliados no exterior, a título de remuneração relativas a serviços técnicos e de assistência administrativa e semelhantes e royalties. (f)
ISS	5%	Valores pagos, remetidos, creditados, empregados ou entregues a residentes ou domiciliados no exterior pelos serviços tomados.
IOF-Câmbio	0,38%	Valores pagos, remetidos, creditados, empregados ou entregues a residentes ou domiciliados no exterior pelos serviços tomados.

a. 25% é a regra, podendo ser diminuída no caso da ocorrência de Cide-Royalties, exceto no caso de paraíso fiscal.

b. Será reduzida para 15% no caso da incidência de Cide-Royalties

c. Não incide IRRF sobre a remuneração efetuada pela licença de uso ou de direitos de comercialização ou distribuição de programa de computador, na modalidade software de prateleira, por falta de previsão legal.

d. A pessoa jurídica tributada na forma do lucro real, sistemática de apuração não cumulativa, poderá apropriar créditos de PIS/Pasep e Cofins, com relação a serviços utilizados como insumo na prestação de serviços. O valor dos créditos será às alíquotas de 1,65% e 7,6%.

e. Não incide PIS e Cofins na modalidade Importação sobre a remuneração efetuada pela licença de uso ou de direitos de comercialização ou distribuição de programa de computador, por falta de previsão legal.

f. Não incide Cide-Royalties na modalidade importação sobre a remuneração efetuada pela licença de uso ou de direitos de comercialização ou distribuição de programa de computador, que não envolvam a transferência da correspondente tecnologia, por falta de previsão legal.

Vale destacar que os acordos para evitar dupla tributação celebrados entre os países possuem prevalência sobre a legislação interna, exceto as normas constitucionais. Dessa forma, a tributação disposta no tratado deverá se sobrepor a qualquer tributação contida na legislação interna.

O Brasil possui poucos tratados em comparação com outros países. Apresentamos a seguir como o Brasil tributa os dividendos e dos *royalties* nos tratados celebrados com outros países (ver tabela ao lado).

Assim sendo antes de realizar qualquer operação com os países acima citados, é importante verificar o tratamento apresentado pelo acordo para a operação a ser realizada.

acordos para evitar a dupla tributação celebrados pelo brasil

país	dividendos	royalties
África do Sul	0%	10%
Argentina	0%	Sem limite
Áustria	0%	15% ou 10% (a)
Bélgica	0%	15% ou 10% (b)
Canadá	0%	15%
Chile	0%	15%
China	0%	15%
Coréia do Sul	0%	10%
Dinamarca	0%	15%
Equador	0%	15%
Espanha	0%	10%
Eslováquia	0%	15%
Filipinas	0%	15%
Finlândia	0%	15%
França	0%	15%
Hungria	0%	15%
Índia	0%	15%
Israel	0%	10%
Itália	0%	15%
Japão	0%	12,5% ou 15% (c)
Luxemburgo	0%	15%

acordos para evitar a dupla tributação celebrados pelo brasil

país	dividendos	royalties
México	0%	10%
Holanda	0%	15%
Noruega	0%	15%
Peru	0%	15%
Portugal	0%	15%
República Tcheca	0%	15%
Rússia	0%	15%
Suécia	0%	15%
Ucrânia	0%	15%
Venezuela	0%	15%
Países sem Acordo	0%	15%

a. A alíquota de 10% deve ser aplicada para os royalties pelo uso ou pelo direito de uso de direitos autorais de obras literárias, artísticas ou científicas, exceto filmes cinematográficos e filmes ou fitas para televisão ou Radiodifusão.

b. A alíquota de 10% deve ser aplicada para os royalties pelo uso ou direito de uso de direitos autorais de obras literárias, artísticas ou científicas ou pelo uso ou o direito de uso de filmes cinematográficos ou filmes ou fitas de televisão ou rádio.

c. A alíquota de 15% deve ser aplicada para os royalties pelo uso dos direitos de autor relativos a filmes cinematográficos e filmes ou fitas para radiodifusão ou televisão.

Tributação pelo ISS das atividades de disponibilização de conteúdo de entretenimento pela internet.

A recente alteração legislativa que permite a cobrança do ISS sobre serviços de entretenimento disponibilizados pela internet, dentre outras alterações, foi sancionada e publicada no final de 2016.

A possibilidade de cobrança sobre os serviços de disponibilização de conteúdo, tais como filmes, programas de televisão e músicas através de plataformas digitais, adveio da adição do item 1.09 da Lista Anexa do ISS, que prevê os serviços que poderão ser tributados³².

Entretanto a alteração realizada para permitir a tributação das atividades de disponibilização de conteúdo através de internet pelo ISS poderá ser considerada inconstitucional, em razão de não se tratar de um serviço e sim de uma cessão de uso.

A legislação do ISS afirma no item 1.09 da lista Anexa que; “a disponibilização, sem cessão definitiva, de conteúdo de áudio, vídeo, imagem e texto por meio da internet” é um serviço, enquanto existem correntes doutrinárias que defendem que uma cessão não definitiva (licença), um aluguel de coisa móvel, atividade que possui a natureza jurídica de uma obrigação de dar e não de fazer, não podendo ser sujeita a tributação pelo ISS, visto que tal atividade não poderia ser caracterizada como serviço.

Entendemos que existem fundamentos para ingressar com medidas judiciais, para discutir a constitucionalidade do item 1.09 e conseqüentemente sua cobrança, contudo atualmente a possibilidade de cobrança pelos entes competentes é legal.

Cumpre salientar que já era intenção do legislador tributário cobrar ISS sobre a disponibilização de conteúdos pela internet, sendo que a criação de item específico na Lista Anexa da Lei Complementar confere aparente legalidade à cobrança do tributo.

Contudo a reforma do ISS trazida pela Lei Complementar nº 157/2016, focou-se em resolver questões controvertidas com relação ao imposto, a fim de garantir novas formas de arrecadação aos entes municipais prejudicados pela crise econômica brasileira. Portanto, ciente do peso da política econômica nas decisões nos tribunais superiores, a questão da inconstitucionalidade da cobrança, ainda que fundamentada juridicamente, poderá ser superada pela pressão política em favor da arrecadação.

Incidência de Cide royalties sobre os contratos que não impliquem transferência de tecnologia.

De acordo com o disposto no art. 149 da Constituição Federal, a Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico (“Cide”), permite à união federal criar contribuições visando estimular o desenvolvimento tecnológico brasileiro, mediante financiamento com recursos de tal contribuição.

Essa contribuição foi criada pela Lei nº 10.168/2000, sendo alterada pela Lei nº 10.332/2001 que ampliou o âmbito de incidência, para as remessas cujo objeto sejam serviços técnicos e de assistência técnica administrativa e semelhantes, prestados por residentes ou domiciliados no exterior, bem como no caso de operações de transferência de tecnologia.

A jurisprudência nacional entende que os valores pagos, creditados ou remetidos a residentes ou domiciliados no exterior pelo direito de transmitir filmes e programas de TV, licenciar um jogo e outros semelhantes são considerados *royalties*, devidos como contraprestação pela aquisição de obras de autoria de terceiros e, por isso, estão sujeitos à incidência da Cide/*royalties*, ainda que não haja, na hipótese, qualquer prestação de serviço, tampouco a aquisição de conhecimentos tecnológicos ou transferência de tecnologia.

Esse entendimento fundamenta-se no que determina a Lei nº 9.610/1998, que no seu art. 7º prevê como obras intelectuais, as obras audiovisuais, sonorizadas ou não, inclusive as cinematográficas. Combinando-se esse dispositivo legal com o que estabelece o art. 22 da Lei nº 4.506/1964 que, na sua alínea “d”, define como *royalties* o rendimento de qualquer espécie decorrente do uso, fruição e exploração de direitos autorais, concluiu-se, pela incidência da *Cide/royalties*, com base no artigo 2º, § 2º da Lei nº 10.168/2000.

Ainda a jurisprudência evoluiu nesse sentido³³, afirmando que a transferência de tecnologia não é condição para a incidência da *Cide/royalties* e que o Decreto nº 4.195/2002, tendo em vista que o artigo 10 prevê rol de situações em que a *Cide/royalties* é devida, sendo que a tributação dos direitos autorais estaria prevista nos “*royalties* a qualquer título”.

Assim, os julgadores interpretaram que a Lei nº 10.168/2000 permite a incidência da contribuição sobre o pagamento de *royalties* realizado por empresa brasileira a programadores no exterior em razão da aquisição de direitos de transmissão de programas de televisão, já que tal materialidade está expressamente prevista no artigo 2º, § 2º da lei.

A jurisprudência sustenta que o caput do art. 2º da Lei nº 10.168/2000, desde sua redação original, já previa o pagamento da *Cide/royalties* por pessoas jurídicas residentes ou domiciliadas no país, detentoras de licença de uso, e que a expressão “licença de uso” alcança qualquer modalidade de

licença de uso, seja ela referente a ativos corpóreos ou incorpóreos, atingindo, inclusive, o licenciamento de ativos protegidos por direitos autorais, de modo que não cabe afirmar, que a aquisição de licença de uso de softwares somente teria sido incluída no campo de incidência da *Cide/royalties* após a edição da Lei nº 10.332/2001, que passou a determinar a incidência da contribuição sobre *royalties* a qualquer título.

32. 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).

33. Acórdão Câmara Superior Carf nº 9303-01.864 – *Cide royalties*. Remessa de *royalties* para residente ou domiciliado no exterior incidência. O pagamento, o creditamento, a entrega, o emprego ou a remessa de *royalties*, a qualquer título, a residentes ou domiciliados no exterior são hipóteses de incidência da Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico criada pela Lei nº 10.168/2000. Para que a contribuição seja devida, basta que qualquer dessas hipóteses seja concretizada no mundo fenomênico. O pagamento de *royalties* a residentes ou domiciliados no exterior, a título de contraprestação exigida em decorrência de obrigação contratual, seja qual for o objeto do contrato, faz surgir a obrigação tributária referente a essa *Cide*.

capítulo vii

compliance

capítulo vii compliance

“como medida de aperfeiçoamento da governança interna, as empresas, patrocinadoras e patrocinadas, têm adotado ações de duas naturezas. a primeira, uma auditoria para reavaliação dos contratos de patrocínio celebrados aliada à adoção de manuais internos de procedimentos para a efetivação de patrocínios seguros. a segunda, a implantação ou aperfeiçoamento de programas de integridade com base na lei anticorrupção.”

Os mecanismos de incentivo fiscal ou de apoio direto, como decorrentes da ação de fomento da administração pública, preveem o apoio financeiro indireto ou direto a projetos audiovisuais. Em razão desse financiamento público, ainda que indireto, as produtoras que administram valores advindos de incentivos ou de fundos são gestoras de recursos públicos e, por tal motivo, devem tomar os cuidados para atenderem, além da legislação aplicável aos mecanismos de fomento, às demais leis que circundam o tema, tais como a lei anticorrupção e outros mecanismos de transparência de gestão.

Pelo fato dos valores decorrentes de incentivos ou de fundos se tratarem de recursos públicos, é o Estado quem implementa e traça os rumos do controle. Diante disso, surgem algumas questões:

1. Quais são as medidas preventivas para a gestão segura dos recursos públicos pelas produtoras?

Em primeiro lugar é importante observar qual a legislação que está sendo utilizada, já que elas podem prever regras diferentes de monitoramento, fiscalização e controle, mais flexíveis ou não. Especial cuidado deve ser tomado quando uma mesma obra audiovisual utiliza mais de um mecanismo/fonte de financiamento. É certo, no entanto, que independente do órgão financiador e da legislação que será utilizada, há o dever da produtora de prestar contas ao final da execução do projeto, de forma a comprovar a efetiva realização das ações e a correta aplicação dos recursos.

Em segundo lugar, como medida de aperfeiçoamento da governança interna, podem ser adotadas algumas ações, como (i) a disponibilização pública das informações sobre os projetos realizados pela produtora com recursos públicos, nos termos da lei de acesso à informação, bem como (ii) a implantação ou o aperfeiçoamento de programas de integridade com base na lei anticorrupção, nos mesmos moldes como os patrocinadores/incentivadores de projetos já vêm fazendo.

Em relação à primeira medida, a Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 (Lei de Acesso à Informação), determina que estão subordinadas a essa legislação, no que couber, as entidades privadas sem fins lucrativos que executam ações de interesse público com

recursos públicos. Ainda que a lei expressamente mencione apenas as organizações da sociedade civil, é certo que ações de transparência ativa (aquelas que são disponibilizadas diretamente) têm sido cada vez mais bem-vistas pelo público em geral, podendo agregar às produtoras confiabilidade na transparência da gestão dos recursos públicos. Nesse sentido, poderão ser disponibilizadas no site da produtora informações da tabela ao lado.

Quanto à segunda medida, trataremos de forma mais específica a seguir.

Projetos apoiados pelo poder público	Indicação dos órgãos apoiadores e ações que serão desenvolvidas
Financiamento	Valor dos projetos com indicação das quantias que serão repassadas pelo Poder Público e a contrapartida financeira que será oferecida pela produtora, quando for o caso
Status	Situação do projeto junto ao órgão concedente
Prestação de contas	Situação da prestação de contas

2. Quais são os limites para a contrapartida das empresas que financiam projetos incentivados a partir das leis de incentivo?

Por meio dos mecanismos de incentivo fiscal, os contribuintes, pessoas físicas e jurídicas, direcionam recursos, através de patrocínio, coprodução ou investimento, a projetos audiovisuais, obtendo o abatimento ou isenção de determinados tributos (Imposto de Renda, Condecine, ICMS, ISS ou IPTU).

Sobre o tema, vale lembrar que para melhor compreensão das contrapartidas possíveis, é importante observar qual a legislação que está sendo utilizada, já que elas podem prever contrapartidas diferentes, mais concessivas ou não.

A Lei Rouanet, por exemplo, prevê ao patrocinador, basicamente, contrapartidas de três naturezas: o benefício fiscal (integral ou parcial, conforme a área em que o projeto foi enquadrado), a inserção de sua marca nas peças de comunicação e nos produtos resultantes do projeto e até 10% dos ingressos ou produtos exemplares do produto cultural objeto do projeto e dos limites das ativações de marketing criadas para o projeto.

A Lei do Audiovisual, por sua vez, é mais permissiva quanto à exposição da marca do patrocinador/investidor, sendo possível a negociação, por exemplo, de *merchandising e product placement* no produto resultante do projeto, bem como sessões exclusivas de pré-estreia.

3. Quais as medidas preventivas, para patrocinadores e patrocinados, para que os patrocínios sejam feitos de forma segura no que diz respeito ao compliance anticorrupção?

Como medida de aperfeiçoamento da governança interna, as empresas, patrocinadoras e patrocinadas, têm adotado ações de duas naturezas. A primeira, uma auditoria para reavaliação dos contratos de patrocínio celebrados aliada à adoção de manuais internos de procedimentos para a efetivação de patrocínios seguros. A segunda, a implantação ou aperfeiçoamento de programas de integridade com base na lei anticorrupção.

Quanto à segunda medida, importante informar que, em agosto de 2013, foi publicada a Lei nº 12.846, conhecida como Lei Anticorrupção, que trata da responsabilização administrativa e cível de pessoas jurídicas pela prática de atos contra a administração pública, nacional ou estrangeira.

De acordo com esta lei, quaisquer sociedades empresariais e simples, personificadas ou não, independente da forma de organização ou modelo societário adotado, quaisquer fundações, associações de entidades ou pessoas, ou entidades estrangeiras, que tenham sede, filial ou representação no território brasileiro, constituídas de fato ou de direito, ainda que temporariamente, estão sujeitas às suas determinações, principalmente as que administrem ou recebam recursos públicos ou que se relacionem com o poder público.

A lei estipula como regra a responsabilidade objetiva, ou seja, a pessoa jurídica responde pelas condutas praticadas em seu interesse ou benefício, independente da responsabilização individual de seus dirigentes e administradores ou de qualquer pessoa natural, autora, coautora ou participe do ato ilícito, incluindo neste rol os funcionários e os terceiros com quem a empresa se relaciona. Assim, como forma de proteção, as empresas podem implementar um sistema de ações com foco no *compliance* anticorrupção, estruturadas num Programa de Integridade.

Vale informar que, pela lei, são considerados atos lesivos contra a administração pública os seguintes:

Atos lesivos à administração pública

Aqueles que atentem (i) contra o patrimônio público nacional ou estrangeiro, (ii) contra princípios da administração pública ou (iii) contra os compromissos internacionais assumidos pelo Brasil, assim definidos:

- i. prometer, oferecer ou dar, direta ou indiretamente, vantagem indevida a agente público, ou a terceira pessoa a ele relacionada;
- ii. comprovadamente, financiar, custear, patrocinar ou de qualquer modo subvencionar a prática dos atos ilícitos previstos na Lei nº 12.846/2013;
- iii. comprovadamente, utilizar-se de interposta pessoa física ou jurídica para ocultar ou dissimular seus reais interesses ou a identidade dos beneficiários dos atos praticados;

- iv.** nas licitações e contratos:
- a.** frustrar ou fraudar, mediante ajuste, combinação ou qualquer outro expediente, o caráter competitivo de procedimento licitatório público;
 - b.** impedir, perturbar ou fraudar a realização de qualquer ato de procedimento licitatório público;
 - c.** afastar ou procurar afastar licitante, por meio de fraude ou oferecimento de vantagem de qualquer tipo;
 - d.** fraudar licitação pública ou contrato dela decorrente;
 - e.** criar, de modo fraudulento ou irregular, pessoa jurídica para participar de licitação pública ou celebrar contrato administrativo;
 - f.** obter vantagem ou benefício indevido, de modo fraudulento, de modificações ou prorrogações de contratos celebrados com a administração pública, sem autorização em lei, no ato convocatório da licitação pública ou nos respectivos instrumentos contratuais; ou
 - g.** manipular ou fraudar o equilíbrio econômico-financeiro dos contratos celebrados com a administração pública;
 - v.** dificultar atividade de investigação ou fiscalização de órgãos, entidades ou agentes públicos, ou intervir em sua atuação, inclusive no âmbito das agências reguladoras e dos órgãos de fiscalização do sistema financeiro nacional.
- Caso reste comprovado o ato lesivo, podem ser aplicadas as seguintes sanções na esfera administrativa:
- a.** multa, no valor de 0,1% a 20% do faturamento bruto do último exercício anterior ao da instauração do processo administrativo, e
 - b.** publicação extraordinária da decisão condenatória em meios de comunicação de grande circulação bem como por meio de afixação de edital, pelo prazo mínimo de 30 (trinta) dias, no próprio estabelecimento ou no local de exercício da atividade, de modo visível ao público, e no sítio eletrônico na rede mundial de computadores.
- De acordo com a legislação, não basta ter um programa de integridade para não estar sujeito às sanções impostas pela lei. É essencial que este tenha ações estruturadas para sua efetiva criação e implementação, de acordo com a realidade da pessoa jurídica. Sua efetividade deverá ser medida de acordo com os seguintes parâmetros:
- i.** comprometimento da alta direção da pessoa jurídica, incluídos os conselhos, evidenciado pelo apoio visível e inequívoco ao programa;
 - ii.** padrões de conduta, código de ética, políticas e procedimentos de integridade, aplicáveis a todos os empregados e administradores, independentemente de cargo ou função exercidos;
 - iii.** padrões de conduta, código de ética e políticas de integridade estendidas, quando necessário, a terceiros, tais como, fornecedores, prestadores de serviço, agentes intermediários e associados, inclusive patrocinadores e patrocinados em projetos incentivados;
 - iv.** treinamentos periódicos sobre o programa de integridade;
 - v.** análise periódica de riscos para realizar adaptações necessárias ao programa de integridade;
 - vi.** registros contábeis que reflitam de forma completa e precisa as transações da pessoa jurídica;
 - vii.** controles internos que assegurem a pronta elaboração e confiabilidade de relatórios e demonstrações financeiros da pessoa jurídica;
 - viii.** procedimentos específicos para prevenir fraudes e ilícitos no âmbito de processos licitatórios, na execução de contratos administrativos ou em qualquer interação com o setor público, ainda que intermediada por terceiros, tal como pagamento de tributos, sujeição a fiscalizações ou obtenção de autorizações, licenças, permissões e certidões;
 - ix.** independência, estrutura e autoridade da instância interna responsável pela aplicação do programa de integridade e fiscalização de seu cumprimento;

- x.** canais de denúncia de irregularidades, abertos e amplamente divulgados a funcionários e terceiros, e de mecanismos destinados à proteção de denunciantes de boa-fé;
 - xi.** medidas disciplinares em caso de violação do programa de integridade;
 - xii.** procedimentos que assegurem a pronta interrupção de irregularidades ou infrações detectadas e a tempestiva remediação dos danos gerados;
 - xiii.** diligências apropriadas para contratação e, conforme o caso, supervisão, de terceiros, tais como, fornecedores, prestadores de serviço, agentes intermediários e associados, inclusive patrocinadores e patrocinados em projetos incentivados;
 - xiv.** verificação, durante os processos de fusões, aquisições e reestruturações societárias, do cometimento de irregularidades ou ilícitos ou da existência de vulnerabilidades nas pessoas jurídicas envolvidas;
 - xv.** monitoramento contínuo do programa de integridade visando seu aperfeiçoamento na prevenção, detecção e combate à ocorrência dos atos lesivos previstos na Lei nº 12.846, de 2013;
 - xvi.** transparência da pessoa jurídica quanto a doações para candidatos e partidos políticos.
- Com essas medidas preventivas é possível às empresas aprimorarem sua governança para dar continuidade às suas atividades de forma mais segura e alinharem-se com as melhores práticas de transparência que o cenário atual demanda.



Atualmente, tanto no setor público como no setor privado, observa-se uma tendência crescente na adoção de políticas de controles preventivos e repressivos de integridade e anticorrupção. O intuito é garantir que as empresas sigam as boas práticas de governança ao executar suas ações, sejam elas em parceria com o Poder Público ou não. Neste cenário, para auxiliar as empresas nas ações de patrocínio e doação a projetos culturais, sociais e esportivos através de leis de incentivo fiscal, a Animus Consultoria & Gestão e a Produtora Brasileira criaram em conjunto o Patrocínio Seguro, um serviço de assessoria especializada que oferece:

- seleção de projetos conforme os critérios estabelecidos e apresentação dos mesmos para aprovação da empresa;
- elaboração de editais corporativos para patrocínio e doação;
- análise detalhada de toda a documentação do proponente e do projeto;
- elaboração de contrato entre a empresa e o proponente do projeto, de modo a garantir a conformidade com todas as exigências legais;
- acompanhamento do fluxo dos aportes de patrocínio;
- acompanhamento e avaliação da entrega à empresa das contrapartidas pelo patrocínio determinadas em contrato.

Patrocínio Seguro

Projetos Culturais
Projetos Sociais
Projetos Esportivos

Com o Patrocínio Seguro, a empresa passa a fazer patrocínios e doações segundo um plano estratégico elaborado por profissionais competentes, aliado a um rigoroso controle de compliance com base nos limites legais e uma política de integridade alinhada aos preceitos da lei anticorrupção.

Para saber mais detalhes sobre como o Patrocínio Seguro pode ajudar sua empresa a patrocinar ou fazer doações com segurança e eficiência, entre em contato conosco através do endereço abaixo:

contato@patrocinioseguero.com.br

capítulo viii

acessibilidade

capítulo viii acessibilidade

“se levarmos em conta o número de espectadores únicos no Brasil, que de acordo com o Datafolha é por volta de 10% da população, e que 6% da população tem algum tipo de deficiência severa, que hoje possivelmente ainda não frequentam cinemas, podemos ter um mercado de 1,2 milhão de novos espectadores.”

As pessoas com diferentes tipos de deficiência representam aproximadamente 23% da população brasileira, ou seja, cerca de 45 milhões de pessoas. Há algum tempo temos instituídas obrigações de tornar uma série de atividades cotidianas integralmente acessíveis, para inclusão das pessoas com deficiência. Com o audiovisual não é diferente e os órgãos de regulação do setor já criaram uma série de regras que devem ser adotadas para possibilitar a fruição desses bens culturais por todos.

No Brasil, o direito à fruição igualitária dos bens culturais começa através da Constituição Federal de 1988, que em seu artigo 3º aponta que: “*Constituem objetivos fundamentais da República Federativa do Brasil: I – construir uma sociedade livre, justa e solidária; e IV – promover o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação*”.

No entanto, a Constituição prevê de forma genérica este direito, que depois de muitos anos e avanços é detalhado na Convenção da ONU sobre os Direitos das Pessoas com Deficiência³⁴, incorporada à legislação brasileira em 2008, trazendo no seu texto vários conceitos e compromissos assumidos pelo país.

Mas, afinal de contas, o que é acessibilidade? O que ela engloba? O que é preciso fazer?

Para sabermos as respostas, é importante, antes de tudo, a análise do art. 3º da Lei nº 13.146/2015, conhecida como Lei Brasileira de Inclusão (LBI)³⁵, que consolida o marco legal em relação aos direitos das pessoas com deficiência (ver tabela ao lado).

Assim, assegurar a democratização do audiovisual para todos implica que eliminemos as barreiras, para garantir a acessibilidade, em consonância com os princípios do desenho universal, nos valendo da tecnologia assistiva.

A partir disso, quais são os recursos de acessibilidade que precisam estar presentes nas obras audiovisuais?³⁶

conceito	definição	
Acessibilidade	Possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como de outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privado de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural, por pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida.	<p>34. www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/publicacoes/convencaoopessoacomdeficiencia.pdf</p> <p>35. www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm</p> <p>36. Ver tabela na página 143.</p>
Desenho universal	Concepção de produtos, ambientes, programas e serviços a serem usados por todas as pessoas, sem necessidade de adaptação ou de projeto específico, incluindo os recursos de tecnologia assistiva.	
Tecnologia assistiva ou ajuda técnica	Produtos, equipamentos, dispositivos, recursos, metodologias, estratégias, práticas e serviços que objetivem promover a funcionalidade, relacionada à atividade e à participação da pessoa com deficiência ou com mobilidade reduzida, visando à sua autonomia, independência, qualidade de vida e inclusão social.	
Barreiras	Qualquer entrave, obstáculo, atitude ou comportamento que limite ou impeça a participação social da pessoa, bem como o gozo, a fruição e o exercício de seus direitos à acessibilidade, à liberdade de movimento e de expressão, à comunicação, ao acesso à informação, à compreensão, à circulação com segurança, entre outros.	

recurso³⁷

definição

Audiodescrição

É uma modalidade de tradução audiovisual, de natureza intersemiótica, que visa tornar uma produção audiovisual acessível às pessoas com deficiência visual. Trata-se de uma locução adicional roteirizada, que descreve as ações, a linguagem corporal, os estados emocionais, a ambientação, os figurinos e a caracterização dos personagens.

Janela de interpretação de Língua de Sinais Brasileira (Libras)

É o espaço destinado à tradução entre uma língua de sinais e outra língua oral ou entre duas línguas de sinais, feita por tradutor e intérprete de língua de sinais (Tils), na qual o conteúdo de uma produção audiovisual é traduzido num quadro reservado, preferencialmente, no canto inferior direito da tela, exibido simultaneamente à programação.

Legendagem descritiva ou legendagem para surdos e ensurdecidos (LSE)

É a tradução das falas de uma produção audiovisual em forma de texto escrito, podendo ocorrer entre duas línguas orais, entre uma língua oral e outra de sinais ou dentro da mesma língua. Por ser voltada, prioritariamente, ao público surdo e ensurdecido, a identificação de personagens e efeitos sonoros deve ser feita sempre que necessário.

37. Para saber mais, acesse o *Guia Orientador para Acessibilidade de Produções Audiovisuais*, disponível em: www.camara.gov.br/internet/agencia/pdf/guia_audiovisuais.pdf.

Quando falamos em salas de exibição é necessário, ainda, atentar para a necessidade de adaptação física (para cadeirantes ou pessoas com mobilidade reduzida) e de adaptações para aquisição de ingressos, por exemplo, pela internet ou presencialmente.

Para que esses recursos de acessibilidade se transformem em uma realidade é preciso que se estudem e analisem os impactos econômicos, mercadológicos, tecnológicos em toda a cadeia produtiva do audiovisual, o que, em nosso país, tem como um dos grandes responsáveis a Agência Nacional do Cinema (Ancine), que toma para si o processo de regulamentação da acessibilidade no audiovisual.

Após a fase da análise de impacto³⁸, a Ancine iniciou a regulamentação da obrigatoriedade de acessibilidade no audiovisual, por meio, primeiramente, da Instrução Normativa nº 116³⁹, que trata das produções nacionais financiadas com recursos públicos, determinando que 100% das produções devem ter suas cópias depositadas com os recursos de audiodescrição, legenda descritiva e Libras. Também foi lançada a Instrução Normativa nº 128⁴⁰, que prevê que as salas de exibição comercial deverão dispor de tecnologia assistiva voltada à fruição dos recursos de legendagem, legenda descritiva, audiodescrição e Libras. Os recursos serão providos na modalidade que permita

o acesso individual ao conteúdo especial, sem interferir na fruição dos demais espectadores. Define que, até 16 de novembro de 2018, 100% das salas deverão dispor de tecnologia assistiva e acessibilidade nos filmes exibidos.

Paralelamente, a Ancine criou uma câmara técnica com a participação de representantes dos segmentos de distribuição e exibição, para acompanhar a implementação e validar as tecnologias de provimento dos recursos de acessibilidade para pessoas com deficiência visual e auditiva, nas salas de cinema brasileiras. A partir das discussões da câmara foi publicado o Termo de Recomendações⁴¹, que estabelece os parâmetros mínimos a serem observados para a distribuição e exibição de conteúdo acessível nas salas de exibição. O documento apresenta especificações técnicas recomendadas a empresas distribuidoras, exibidoras e provedoras de soluções de acessibilidade, determinando um padrão a ser seguido no fornecimento dos serviços acessíveis, para o público com deficiência auditiva e visual.

A cadeia do audiovisual possui alguns agentes com papéis claros e definidos ao longo da sua história, sendo os principais: agências reguladoras e de fomento, produtores, distribuidores, exibidores e o público. Na acessibilidade audiovisual esses atores também possuem uma atuação clara e definida, de acordo com sua natureza (ver tabela ao lado).

37. Para saber mais, acesse o *Guia Orientador para Acessibilidade de Produções Audiovisuais*, disponível em: www.camara.gov.br/internet/agencia/pdf/guia_audiovisuais.pdf.

38. A Agência lançou em fevereiro de 2015 a AIR (Análise de Impacto nº 1/2014/SEC), disponível em: www.regulacao.gov.br/acompanhe-o-pro-reg/documentos/portugues/air-acessibilidade-v-consulta-publica.pdf.

39. www.ancine.gov.br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instrucao-normativa-n-116-de-18-de-dezembro-de-2014.

40. www.ancine.gov.br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instrucao-normativa-n-128-de-13-de-setembro-de-2016.

41. ancine.gov.br/sites/default/files/regulacao/camaras-tecnicas/Termo%20de%20recomenda%C3%A7oes%20camara%20tecnica%20VF.PDF.

atores	papéis
Agência Reguladora e de Fomento	<p>A Ancine deve regular e instruir o mercado sobre o funcionamento e a definição clara dos papéis dos agentes da cadeia do audiovisual. Também é responsável pela fiscalização e definição de sanções para os casos de não adesão e cumprimento das normas. Ela ainda exerce um papel de fomento e incentivo para que toda a cadeia tenha condições técnicas e econômicas de se adequar às obrigações necessárias para a adequação proposta. Nas <u>ações de fomento</u>, destacam-se a possibilidade de uso do <u>Prêmio Adicional de Receita (PAR)</u>, que tem como objetivo estimular o diálogo da cinematografia nacional com o seu público e, premia as empresas de acordo com o desempenho comercial dos filmes brasileiros no mercado de salas de exibição do país. Os exibidores contemplados poderão incluir no plano de destinação dos recursos do apoio financeiro, complementos tecnológicos para promoção da acessibilidade para pessoas com deficiência visual ou auditiva.</p>
	<hr/> <p>Para <u>incentivo</u> da produção dos conteúdos acessíveis para público com deficiências visuais e auditivas, para lançamentos de pequeno porte, foi criado o <u>Programa de Apoio à Distribuição de Conteúdo Acessível no Segmento de Exibição Cinematográfica</u>. O apoio vai contemplar com até R\$ 15 mil as empresas distribuidoras de filmes nacionais ou estrangeiros, com ocupação máxima de até 20 salas de cinema.</p>
Produtores de obras audiovisuais	<hr/> <p>As empresas produtoras de filmes nacionais e estrangeiros exibidos no país, de acordo com a Instrução Normativa nº 116/2014, têm como responsabilidade a produção dos recursos de acessibilidade, como legendagem, legendagem descritiva, janela de Libras e audiodescrição. É fundamental reforçar que a qualidade da produção dos recursos é fator muito importante na escolha, uma vez que é através deles que as pessoas com deficiência poderão ter equiparação de oportunidades na compreensão e fruição da obra.</p>

(continua na página seguinte)

atores	papéis
Distribuidoras	O papel das distribuidoras se divide em duas perspectivas, a de distribuição de filmes nacionais, tendo os recursos de acessibilidade já entregues pelas produtoras dos filmes e, no caso de distribuição internacional, também garantir a produção dos recursos. Mas em situação comum de distribuição, de acordo com as definições da Câmara Técnica da Ancine e recomendações da DCI (Digital Cinema Initiative) e MPAA (Motion Picture Association of America), os recursos de acessibilidade deverão ser disponibilizados de duas formas. Inseridos no DCP (no caso da janela de Libras essa inserção está condicionada à incorporação do recurso no padrão DCI). E disponibilizados através da internet aos provedores dos serviços de acessibilidade contratados pelos exibidores para os quais o filme será distribuído. Este processo deverá ser feito de forma segura, atendendo aos requisitos de segurança que criem barreiras para o acesso de terceiros.
Exibidores	Os exibidores serão responsáveis por prover equipamento de tecnologia assistiva de uso exclusivo para transmissão de recursos de acessibilidade, de forma individual, não sendo possível o uso de dispositivos próprios. Todas as sessões comerciais deverão ser realizadas de forma acessível e inclusiva.
Público	É importante que fique claro que é necessário um trabalho de sensibilização, conscientização e formação do público de pessoas com deficiência, uma vez que, até hoje nunca puderam ter acesso a essa linguagem artística. Portanto, é papel de toda a cadeia produtiva, juntamente com a sociedade civil organizada, desenvolver programas de esclarecimento e incentivo à ampliação desse público.

Ainda que a adequação obrigatória das obras e dos espaços de exibição requeiram um investimento, é importante destacar a possibilidade de aumento de receitas provenientes da inclusão de um novo público e, assim, a criação de um novo nicho de mercado. Se levarmos em conta o número de espectadores únicos no Brasil, que de acordo com o Datafolha é por volta de 10% da população, e que 6% da população têm algum tipo de deficiência severa, que hoje possivelmente ainda não frequentam cinemas, podemos ter um mercado de 1,2 milhão de novos espectadores. Em sessões inclusivas já realizadas, onde foram medidos o número de pessoas com deficiência, ocorreu um aumento de 1%. Com um trabalho de conscientização e formação de público, esse número tende a crescer ainda mais.

**Pessoas físicas
podem apoiar
projetos?**

Sim, desde que sejam respeitados os limites de cada lei. No caso das leis federais, as pessoas físicas poderão destinar para projetos incentivados até 8% do Imposto de Renda devido:

- 6% para distribuição entre cultura (Rouanet, Audiovisual e Funcine), Fundos da Criança e do Adolescente, Fundos do Idoso e esporte, respeitados os respectivos limites individuais;
- 1% para o Programa Nacional de Apoio à Atenção Oncológica (Pronon); e
- 1% para o Programa Nacional de Apoio à Atenção da Saúde da Pessoa com Deficiência (Pronas/PCD).

Dados obtidos mediante simulação feita no site da Receita Federal
[http://www.receita.fazenda.gov.br/](http://www.receita.fazenda.gov.br/Aplicacoes/ATRJO/Simulador/TelaOptMenAn)
Aplicacoes/ATRJO/
Simulador/
TelaOptMenAn

Pessoa Física

Além dos benefícios previstos para empresas tributadas no lucro real, os mecanismos de incentivo existentes, em grande parte, permitem o benefício fiscal para pessoas físicas doadoras ou patrocinadoras. Tem chamado atenção o potencial das políticas de captação de pessoas físicas estruturadas por empresas no âmbito de seus funcionários e colaboradores. Por que criar um programa corporativo de captação junto ao seu público interno?

- ampliação das políticas de responsabilidade social da empresa;
- possibilidade de agregar valor à marca por meio do apoio a uma iniciativa que valoriza a ação das pessoas (ação de marketing);
- mobilização dos funcionários e colaboradores em ações sociais, culturais e esportivas relevantes (ação da área de recursos humanos);
- possibilidade de antecipar a doação para os colaboradores a partir de iniciativas promovidas pela empresa.

Um contribuinte de Imposto de Renda com uma renda anual de R\$ 80.000,00 (salário mensal aproximado de R\$ 6.150,00) por exemplo, sem contar eventuais abatimentos, recolheria anualmente o equivalente a R\$ 11.697,29 de Imposto de Renda. Considerando o limite percentual de 6% determinado pela Lei Rouanet, este contribuinte poderia aportar aproximadamente até R\$ 702,00 num projeto cultural ou dissipar o valor em mais de um projeto, se assim desejar.

Pode não parecer muito expressivo, se visto isoladamente, mas se levarmos em consideração um banco de dados pré-existente ou uma plataforma organizada de crowdfunding, onde é plenamente possível agregar, com a estratégia correta, 300 pessoas nesta faixa salarial, por exemplo, estaríamos falando de um quantitativo aproximado de R\$ 210.600,00 o que já representa uma parcela significativa para a viabilização de um projeto cultural.

capítulo ix

registro de obra

capítulo ix

registro de obra

“a emissão desses certificados se tornou uma obrigação para as produtoras que têm como objetivo a exploração comercial e comunicação pública de suas obras audiovisuais no território brasileiro”

A MP nº 2.228-1/2001 incluiu no rol de competências da Ancine⁴³ o fornecimento dos Certificados de Produto Brasileiro às obras audiovisuais⁴⁴ e Certificados de Registro dos contratos de produção, coprodução, distribuição, licenciamento, cessão de direitos de exploração, veiculação e exibição de obras audiovisuais. Conseqüentemente, a emissão destes certificados se tornou uma obrigação para as produtoras que têm como objetivo a exploração comercial e comunicação pública de suas obras audiovisuais no território brasileiro.

A emissão desses certificados passou a ser regulado pela Ancine através da Instrução Normativa nº 104, que dispõe sobre o Certificado de Produto Brasileiro, o CPB, e das Instruções Normativas nº 95 e nº 105, referentes à emissão dos Certificados de Registro de Título, o CRT, para obras audiovisuais publicitárias⁴⁵ e obras audiovisuais não publicitárias⁴⁶, respectivamente.

No presente Manual, vamos apresentar as informações relevantes para os procedimentos de emissão do CPB e do CRT de obras não publicitárias, passíveis de fomento.

43. Artigo 7º, incisos XII e XIII

44. A definição de obra audiovisual está presente no artigo 1º, inciso XX, da Instrução Normativa nº 104: “Produto da fixação ou transmissão de imagens, com ou sem som, que tenha a finalidade de criar a impressão de movimento, independentemente dos processos de captação, do suporte utilizado inicial ou posteriormente para fixá-las ou transmiti-las, ou dos meios utilizados para sua veiculação, reprodução, transmissão ou difusão”.

45. A definição de obra audiovisual publicitária está presente no artigo 1º, inciso XVIII, da IN nº 95: “Obra audiovisual cuja destinação é a 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”.

46. A definição de obra audiovisual não publicitária está presente no artigo 1º, inciso XXXI, da IN nº 104: “Obra audiovisual que não se enquadre na definição de obra audiovisual publicitária”.

ix.a certificado de produto brasileiro

O Certificado de Produto Brasileiro, exigido para todas as obras audiovisuais brasileiras, independentes ou não, é concedido de forma gratuita pela Ancine e tem como objetivos atestar a sua nacionalidade e sua classificação como “brasileira constituinte de espaço qualificado” e “brasileira independente constituinte de espaço qualificado”.

Para obras produzidas com recursos incentivados, a emissão do CPB também é considerada como a data de conclusão da produção e necessária para confirmação do cumprimento do objeto aprovado pela Ancine, uma das condições essenciais para aprovação da prestação de contas do projeto.

Para obras com conteúdo de caráter pessoal, bem como para jogos eletrônicos e fragmentos de obras audiovisuais⁴⁷, não há obrigatoriedade de emissão do CPB. Já as obras audiovisuais não publicitárias com fins institucionais⁴⁸, do tipo “jornalístico” e “manifestações e eventos esportivos” são dispensadas do registro.

O CPB classificará a obra segundo sua forma de organização temporal, segundo os tipos (animação, documentário, ficção, dentre outros) e em relação à constituição de espaço qualificado, à composição societária de seus produtores e ao vínculo destes com empresas radiodifusoras, programadoras e empacotadoras (comum, brasileira constituinte de espaço qualificado e brasileira independente constituinte de espaço qualificado).

47. Fragmento de Obra Audiovisual: trecho de obra audiovisual previamente constituída cuja exploração comercial esteja restrita exclusivamente ao licenciamento para constituição de novas obras audiovisuais de qualquer tipo

48. A definição de obra com fins institucionais está presente no § 2º do artigo 8º, da IN nº 104.

O requerimento de CPB deverá ser realizado pelo agente econômico responsável, registrado na Ancine, detentor majoritário do poder dirigente⁴⁹ sobre o patrimônio da obra. No caso de projeto de fomento aprovado pela Ancine, o requerimento deverá ser realizado pelo proponente do projeto.

A análise realizada pela Ancine para emissão do CPB também observará se a obra atendeu às disposições contidas nos Acordos de Coprodução Internacional, se for o caso, à proporcionalidade entre aportes e direitos dos produtores brasileiros e coprodutores estrangeiros no caso de obras produzidas em regime de coprodução internacional, assim como aos termos e condições aprovados no momento do reconhecimento prévio (ver tabela ao lado).

quadro-resumo

CPB – Obrigatório	No caso de exportação e/ou comunicação pública, em território brasileiro, nos seguintes segmentos: salas de exibição; (ii) tv aberta; (iii) tv paga; (iv) vídeo doméstico; (v) vídeo por demanda; (vi) audiovisual em circuito restrito; (vii) audiovisual em transporte coletivo
CPB – Dispensado	Obras audiovisuais não publicitárias com fins institucionais, do tipo “jornalístico” e “manifestações e eventos esportivos”.
CPB – Inexistente	Obras com conteúdo de caráter pessoal, bem como para os jogos eletrônicos e fragmentos de obras audiovisuais.
Classificação – Organização temporal	Seriada, não seriada, seriada em temporada única e seriada em múltiplas temporadas.
Classificação – Tipos	Animação, documentário, ficção, jornalística, manifestações e eventos esportivos, programa de auditório ancorado por apresentador, <i>reality show</i> , religiosa, variedades e videomusical.
Classificação – Constituição de espaço qualificado	Comum, brasileira constituinte de espaço qualificado e brasileira independente constituinte de espaço qualificado.
Responsável pelo requerimento	Agente econômico responsável, registrado na Ancine, detentor majoritário do poder dirigente sobre o patrimônio da obra; No caso de projeto de fomento aprovado pela Ancine, proponente do projeto

ix.b registro de obra estrangeira

O Registro de Obra Estrangeira, conhecido como ROE, foi criado em 2014 pela Ancine e, assim como o CPB, é um pré-requisito para emissão do Certificado de Registro de Título e pode ser solicitada por qualquer Pessoa Física ou Jurídica que possua cadastro na Ancine.

Embora não esteja previsto em nenhuma Instrução Normativa, o procedimento para obtenção do ROE é feito de forma simplificada no site da Ancine, sendo exigidas apenas algumas informações sobre a obra audiovisual estrangeira, quais sejam: (i) título original e título no Brasil; (ii) empresa produtora; (iii) diretor; (iv) país de origem; (v) organização temporal; (vi) duração; (vii) ano de produção; (viii) tipo; (ix) classificação; e (x) sinopse.

Quadro-resumo

- **Responsável pelo requerimento**
Qualquer pessoa física ou jurídica com cadastro na Ancine.
- **Informações necessárias**
Título original e título no Brasil; empresa produtora; diretor; país de origem; organização temporal; duração; ano de produção; tipo; classificação; e sinopse.

49. Definição de Poder Dirigente: "poder de controle sobre o patrimônio da obra audiovisual, condição que permite ao detentor ou detentores utilizar, fruir e dispor da obra, bem como explorar diretamente ou outorgar direitos para as diversas modalidades de exploração econômica da obra ou de seus elementos derivados, condicionado a que a outorga, limitada no tempo, não descaracterize a titularidade e a detenção deste poder".

ix.c certificado de registro de título

O Certificado de Registro de Título, o CRT, é o documento que define o enquadramento tributário da obra e, conseqüentemente, o valor a ser recolhido da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica, a chamada “Condecine título”. Obrigatório para todas as obras audiovisuais que serão exibidas no Brasil, com exceção de conteúdos de caráter pessoal, jogos eletrônicos e fragmentos de obra audiovisual, nos segmentos de mercado de salas de exibição, TV aberta, TV paga, vídeo doméstico, vídeo por demanda⁵⁰, audiovisual em transporte coletivo⁵¹ e audiovisual em circuito restrito⁵², o CRT deve ser requerido previamente pelo detentor dos direitos de exploração comercial ou licenciamento no Brasil no segmento de mercado para o qual se pretende a emissão.

Ao contrário do CPB e do ROE, que são únicos para cada obra audiovisual, o CRT deverá ser emitido por segmento de mercado no qual se pretende realizar a comunicação pública e pelos detentores dos direitos de exploração comercial ou licenciamento no Brasil. Isto é, se uma mesma obra audiovisual for exibida nos segmentos de salas de exibição e TV paga, deverão ser emitidos dois certificados – um para salas de exibição e outro para TV paga.

50. Segmento de Mercado Audiovisual – Vídeo por Demanda: conjunto de atividades encadeadas, realizadas por um ou vários agentes econômicos, necessárias à prestação dos serviços de oferta de um conjunto de obras audiovisuais na forma de catálogo, com linha editorial própria, para fruição por difusão não linear, em horário determinado pelo consumidor final, de forma onerosa.

51. Segmento de Mercado Audiovisual – Audiovisual em Transporte Coletivo: conjunto de atividades encadeadas, realizadas por diversos agentes econômicos, necessárias à prestação dos serviços de oferta de canais de programação cada qual com grades horárias específicas por difusão linear, ou de catálogo de obras audiovisuais por difusão não linear, ambos com linha editorial própria, ofertados ao consumidor final para fruição em veículos de transporte coletivo.

52. Segmento de Mercado Audiovisual – Audiovisual em Circuito Restrito: conjunto de atividades encadeadas, realizadas por diversos agentes econômicos, necessárias à prestação dos serviços de oferta de obras audiovisuais para fruição pelos consumidores finais em circuitos de difusão restritos, como distribuição gratuita de mídias gravadas, circuitos fechados de televisão em ambientes comerciais e telas ou painéis eletrônicos em espaços, vias públicas e locais de aglomeração, mesmo que eventuais.

Outra diferença entre o CPB e o CRT é que este possui um prazo determinado, que pode ser pelo período em que perdurar a detenção dos direitos de exploração comercial pelo requerente ou, no caso de obras audiovisuais não isentas de Condecine⁵³ e quando houver incidência de tributo, pelo período de cinco anos, a contar da data do requerimento do registro.

O requerimento para emissão do CRT deverá ser realizado através do site da Ancine e terá como base as informações fornecidas durante o procedimento de emissão do CPB e do ROE, no caso de obra estrangeira. Quando o requerente for detentor dos direitos de licenciamento da obra, deverão ser encaminhadas as cópias dos contratos de transferência dos direitos de exploração comercial da obra audiovisual para o segmento de mercado no qual ela será comunicada publicamente.

O CRT será emitido pela Ancine somente após o recolhimento da Condecine devida e, mesmo após a concessão, o CRT poderá ser anulado caso sejam verificadas irregularidades ou inconsistências na documentação no qual foi embasado.

Estão desobrigadas do requerimento de registro as obras não publicitárias brasileiras (i) jornalísticas, (ii) do tipo manifestações e eventos esportivos, (iii) destinadas exclusivamente à exportação ou para inclusão na programação brasileira transmitida para o exterior e,

ainda, (iv) aquelas com fins institucionais. No caso das obras não publicitárias estrangeiras, estão desobrigadas apenas as do tipo manifestações e eventos esportivos, bem como aquelas incluídas na programação internacional.

Destaca-se, ainda, que é vedada a transferência de CRT entre agentes econômicos e, no caso de exploração simultânea por agentes diferentes, ambos devem realizar o requerimento de CRT e o posterior recolhimento dos valores devidos a título de Condecine.

53. São isentas do recolhimento da Condecine, a obra audiovisual não publicitária destinada à exibição exclusiva em mostras e festivais, desde que previamente autorizada pela Ancine; a obra audiovisual do tipo jornalística; a obra audiovisual do tipo manifestações e eventos esportivos; a obra audiovisual brasileira destinada exclusivamente à exportação ou para inclusão em programação brasileira transmitida para o exterior; a obra audiovisual brasileira produzida por empresa radiodifusora ou programadora, para comunicação pública em seu próprio segmento de mercado ou quando transmitida por força de lei ou regulamento em outro segmento de mercado; a obra audiovisual incluída na programação internacional de que trata o inciso XIV do artigo 1º da Medida Provisória nº 2.228-1/01.

a. Condecine

A Condecine, Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional, que teve sua cobrança instituída pela MP nº 2.228-1/2001, é um tributo criado para financiar o desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional, tendo seu objetivo voltado para a educação e cultura. Trata-se, portanto, de uma das espécies de Contribuição de Intervenção no Domínio Econômico (CIDE), cujas características estão delineadas no artigo 149 da Constituição Federal de 1988.

Existem três modalidades de Condecine atualmente: (i) Condecine Título, (ii) Condecine Remessa⁵⁴ e (iii) Condecine Serviços⁵⁵.

A Condecine Título, incidente no momento da emissão do CRT das obras audiovisuais publicitárias e não publicitárias, 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 e 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.

Os valores da Condecine, previstos na MP nº 2.228-1/2001 e na Instrução Normativa nº 105, variam de acordo com alguns critérios, como, por exemplo, quanto ao enquadramento da obra como brasileira ou estrangeira; quanto a sua duração (longa, curta ou média-metragem); e, ainda, quanto ao segmento de mercado em que a obra será explorada economicamente.

No caso das obras audiovisuais brasileiras, por exemplo, os valores da Condecine ficam reduzidos a 20%, enquanto as obras audiovisuais destinadas ao segmento de salas de exibição, exploradas em, no máximo, seis cópias, e aquelas destinadas à TV aberta, cuja produção tenha sido realizada há mais de 20 anos antes do registro na Ancine, terão esse valor reduzido a 30%.

54. A Condecine Remessa incide sobre 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 sujeito passivo é aquele responsável pelo pagamento, crédito, emprego, remessa ou entrega das referidas importâncias.

55. Será devida a Condecine quando da 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, listados no Anexo I da MP nº 2.228-1. Essa modalidade de Condecine é devida pelas concessionárias, permissionárias e autorizadas dos serviços de telecomunicações.

quadro-resumo

Responsável pelo requerimento	Detentor dos direitos de exploração comercial ou licenciamento no Brasil
Pré-requisito	CPB ou ROE
Condecine	Devida a cada 5 (cinco) anos, por título e segmento de mercado. Não pode ser transferida. Em caso de exploração simultânea da obra por agentes econômicos diferentes, ambos devem realizar o requerimento de CRT e o recolhimento da Condecine devida.
Valor da Condecine	Reduzido a 20%, quando se tratar de obras cinematográficas ou videofonográficas não publicitárias brasileiras ou produzidas por países da América do Sul. Reduzido a 30%, quando se tratar de obras audiovisuais destinadas às salas de exibição, exploradas em, no máximo, seis cópias, e aquelas destinadas à TV aberta, cuja produção tenha sido realizada há mais de vinte anos antes do registro na Ancine.

quadro de resumo

Obras isentas de recolhimento da Condecine

(i) Obra audiovisual não publicitária destinada à exibição exclusiva em mostras e festivais, desde que previamente autorizado pela Ancine; (ii) a obra jornalística; (iii) obra do tipo manifestações e eventos esportivos; (iv) a obra brasileira destinada à exportação ou para inclusão em programação brasileira transmitida para o exterior, (v) obra brasileira produzida por empresa concessionária de serviços de radiodifusão de sons e imagens ou programadora de segmento de TV paga, para comunicação pública em seu próprio segmento ou quando transmitida por força de lei ou regulamento em outro segmento; e (vi) a obra incluída na programação internacional.

Obras desobrigadas do recolhimento da Condecine

As obras não publicitárias brasileiras (i) jornalísticas, (ii) do tipo manifestações e eventos esportivos, (iii) destinadas exclusivamente à exportação ou para inclusão na programação brasileira transmitida para o exterior e, ainda, (iv) aquelas com fins institucionais.

As obras não publicitárias estrangeiras do tipo (i) manifestações e eventos esportivos, bem como (ii) aquelas incluídas na programação internacional.

valores da Condecine – obras audiovisuais não publicitárias (mp nº 2.228-1/2001)

	Duração da obra audiovisual	Estrangeira	Brasileira
Salas de exibição	Obra cinematográfica ou videofonográfica de até 15 min.	R\$ 729,12	R\$ 145,83
	Obra cinematográfica ou videofonográfica com duração superior a 15 min. e até 50 min.	R\$ 1.701,29	R\$ 340,23
	Obra cinematográfica ou videofonográfica de duração superior a 50 min.	R\$ 7.291,25	R\$ 1.458,25
Vídeo doméstico	Obra audiovisual de até 15 min.	R\$ 300,00	R\$ 60,00
	Obra audiovisual com duração superior a 15 min. e até 50 min.	R\$ 700,00	R\$ 140,00
	Obra audiovisual com duração superior a 50 min. ou conjunto de obras audiovisuais de curta-metragem e/ou média metragem gravadas num mesmo suporte com duração superior a 50 min.	R\$ 3.000,00	R\$ 600,00
	Obra audiovisual seriada (por capítulo ou episódio)	R\$ 750,00	R\$ 150,00
TV aberta	Obra audiovisual de até 15 min.	R\$ 729,12	R\$ 145,83
	Obra audiovisual com duração superior a 15 min. e até 50 min.	R\$ 1.701,29	R\$ 340,23
	Obra audiovisual com duração superior a 50 min.	R\$ 7,291,25	R\$ 1.458,25
	Obra audiovisual seriada (por capítulo ou episódio)	R\$ 1.822,81	R\$ 364,57
TV paga	Obra audiovisual de até 15 min.	R\$ 463,93	R\$ 92,79
	Obra audiovisual com duração superior a 15 min. e até 50 min.	R\$ 1.159,82	R\$ 231,97
	Obra audiovisual com duração superior a 50 min.	R\$ 4.639,27	R\$ 927,85
	Obra audiovisual seriada (por capítulo ou episódio)	R\$ 1.043,84	R\$ 208,77

**Projetos
corporativos
sob medida**



**EDITORA
BRASILEIRA**

Memória empresarial

Para agregar valor a suas áreas estratégicas, como comunicação, marketing e gestão de pessoas, a Editora Brasileira oferece projetos corporativos sob medida, que podem incluir:

- edição de livros, revistas e anuários;
- realização de exposições.

Projetos como estes são a solução ideal para:

- celebrar datas especiais, como o aniversário de fundação da empresa, contando sua história;
- ter um brinde personalizado para presentear clientes, parceiros, acionistas e colaboradores;
- registrar suas ações de responsabilidade social e ambiental;
- reforçar sua marca e seus valores institucionais junto a seus públicos de interesse.

A Editora Brasileira é uma das principais em seu ramo de atuação. Ao longo de nossa história, desenvolvemos projetos para grandes empresas, câmaras de comércio, universidades e institutos, além da UNESCO mundial.

Consulte-nos.

contato@manualdopatrocinator.com.br

editora@editorabrasileira.com.br

(11) 2501-5256 | (13) 3232-8282

www.editorabrasileira.com.br

ASSISTA FILMES RECÉM-SAÍDOS DOS CINEMAS NA SUA CASA



ou torne-se membro e tenha acesso a milhares de filmes do catálogo Vídeo Club

DISPONÍVEL NO SEU DISPOSITIVO PREFERIDO:



PHILIPS

SONY

SAMSUNG



XBOX

Looke

DO CINEMA PARA SUA CASA

curta!TV

CONTEÚDOS RELEVANTES

75 PROJETOS ORIGINAIS EM PRODUÇÃO

+300 horas de conteúdo inédito

**Aos produtores
independentes:
agradecemos a
parceria!**

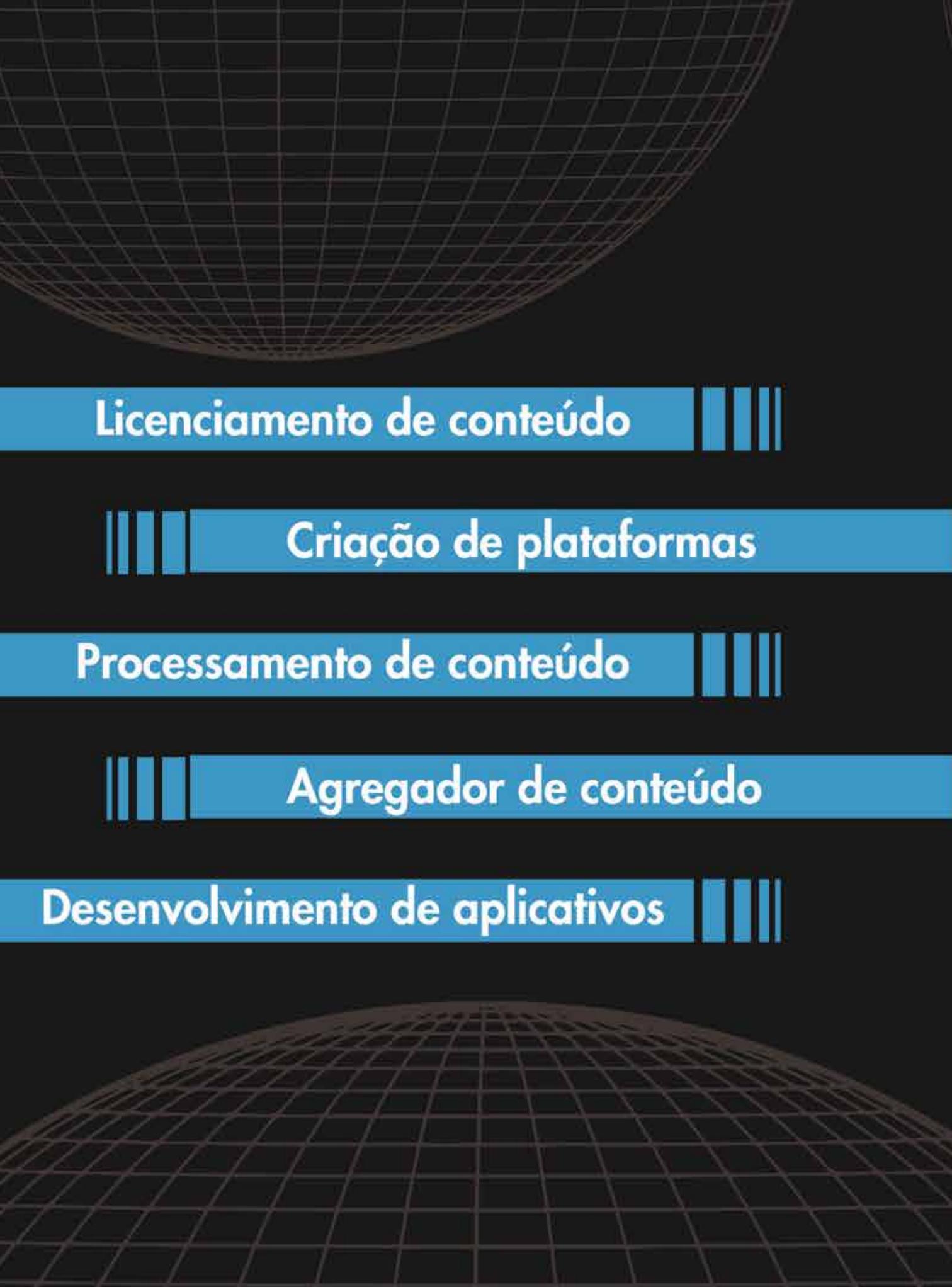
ACESSE   

FACEBOOK / CANALCURTA
INSTAGRAM / CANALCURTA
YOUTUBE / CANALCURTA

13 Milhões
de assinantes

56 - NET / CLARO TV
76 - OI TV
664 - VIVO FIBRA, DTH (a La Carte)
391 - ALGAR
NEO TV consulte sua operadora

www.canalcurta.tv.br

A wireframe globe is centered in the background, with its top half visible in the upper portion of the image and its bottom half visible in the lower portion. The globe is composed of a grid of lines representing latitude and longitude.

Licenciamento de conteúdo

Criação de plataformas

Processamento de conteúdo

Agregador de conteúdo

Desenvolvimento de aplicativos



Solução e gestão de distribuição de conteúdo.

www.encripta.com.br
+55 11 5053 5033

Alameda dos Maracatins, 780 - Indianópolis, São Paulo - SP, 04089-001



Trópicos

Utópicos

Série documental
5 episódios de 40 minutos

Como eliminar a **pobreza extrema**? Como lidar com as **migrações populacionais em massa**? Como assegurar a **coexistência diversa e pacífica** das raças, gêneros e religiões? Como garantir **suprimento para a crescente demanda** de energia, substituindo as fontes poluentes e finitas por uma geração renovável e limpa? Como **racionalizar o uso da água**? Como **dirimir os efeitos catastróficos** da mudança climática que já está em curso no planeta?

Ainda que a conjuntura doentia em que iniciamos o terceiro milênio pareça apontar para um futuro global bastante distópico, **Giannetti vislumbra em seu próprio quintal uma possibilidade de redenção utópica e global**. Na visão do filósofo, a construção de uma utopia brasileira poderia contribuir no saneamento das **ecologias psíquicas e sociais da atualidade**. E isso aconteceria justamente em função de uma característica vista até aqui como defeito histórico do país: nunca conseguimos (ou quisemos) nos encaixar inteiramente nos moldes civilizacionais do ocidente.

A série será um **mosaico visual** que aborda algumas das questões mais atuais da humanidade em conversas com personalidades tão diversas como **Marina Silva e Antonio Cícero, Leonardo di Caprio e o Papa Francisco, Newton da Costa e Ailton Krenak**.

Direção geral: Carlos Nader

Coordenação de conteúdo e entrevistas: Eduardo Giannetti

Produção: Fernando Meirelles, Andrea Barata Ribeiro e Bel Berlinck