



TRILHA 1

Principais aspectos legais envolvendo a produção audiovisual no brasil



MÓDULO 2 | Legislação e Negócios

TRILHA 1.

**Principais
aspectos legais
envolvendo
a produção
audiovisual no
brasil**



Pastore, Gabriela Pires; Lara, Marcos de Almeida.

Contratos : serviços / Gabriela Pires Pastore; Marcos de Almeida Lara (coordenação técnica). São Paulo: APRO/SEBRAE, 2022.

1. Contratos. 2. Audiovisual. 3. Modelos de contratos. 4. Prestação de serviço.



Curriculos (autores e revisão)

Adriana Savoia Cardoso

Advogada com MBA em gestão tributária pela Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras (FIPECAFI) da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEA/USP), é pós-graduada em direito tributário pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), graduada pela Universidade Paulista e inscrita na Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), secção de SP. Atua na área tributária há 12 anos, em escritórios de advocacia de grande e médio porte, com experiência no consultivo e contencioso tributário. Trabalha com processos judiciais e administrativos, participando de desenvolvimento de consultoria, estratégias processuais e fiscais, com tributos diretos e indiretos e obrigações acessórias, a fim de atender aos interesses dos clientes. Tem vivência em coordenação de estagiários e advogados e é responsável por liderar e orientar profissionais na área. Atualmente presta serviços advocatícios tanto no consultivo quanto no contencioso tributário para indústrias, prestadores de serviços em geral e escritórios de advocacia.

E-mail: drisavoia@gmail.com

Camilla Relva Restelli

Advogada especialista em Direito Empresarial, pós-graduada em Direito Empresarial pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), possui curso de extensão em Direitos Autorais pela Fundação Getúlio Vargas do Rio de Janeiro (FGV-RJ), é graduada em Direito pela Faculdades Metropolitanas Unidas (FMU) e inscrita na Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), Secção SP. Tem atuação em Direito Empresarial e Contratos da área Cível há 13 anos; cinco anos de análise e elaboração de contratos empresariais e desenvolvimento de trabalhos consultivos na área cível e trabalhista; quatro anos de atuação com reorganização societária, inclusive cisões, fusões e incorporações e liquidação de sociedades, contratos de parceria, empreitada, investimento e contratos em geral da área de Tecnologia da Informação (TI), assim como contratos de locação residencial



Marcos Augusto Pereira Lara

Advogado especialista em Direito do Entretenimento e Direito Empresarial, iniciou sua carreira em 2004, como parte da equipe que elaborou as minutas padronizadas de contratos e políticas corporativas relacionadas à mão de obra, ao fornecimento e ao transporte da Votorantim Metais, exercendo a função de auditor externo em contratos. Em 2008, aprofundou-se no segmento do Terceiro Setor, com a elaboração de projetos socioculturais e esportivos, desde sua concepção até a prestação final de contas ao governo. Logo depois passou a trabalhar com análise de obras publicitárias voltadas ao público infantojuvenil e com publicidade no meio digital, setor em que atua até hoje. É sócio do Pastore & Lara Advogados Associados, elaborando análises de Conteúdo Audiovisual e Relatórios de Clearance para o mercado audiovisual e de games. Atende agências de publicidade, artistas, produtores, investidores, canais de TV, distribuidores, gravadoras, editoras e exibidores, nacionais e estrangeiros. Também tem vasta experiência em operações societárias, fusão e aquisição.

E-mail: marcos@pastorelara.adv.br

Mateus Barreto Basso

Bacharel em Direito e Mestre em Direito Civil pela Universidade de São Paulo (USP), pós-graduado em Propriedade Intelectual, Mídias e Entretenimento pela Escola Superior de Advocacia de São Paulo (ESA-SP) e pós-graduando no MBA de Gestão e Business Law pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP) (2022). É advogado especialista em Direito de Autor e Direito do Entretenimento, Coordenador Jurídico da Associação Brasileira de Produção de Obras Audiovisuais (APRO), Coordenador Jurídico do Instituto Objetiva, Membro do Conselho Nacional de Combate à Pirataria (CNCP) e advogado de empresas do setor audiovisual e da indústria fonográfica.

E-mail: juridico@apro.org.br



Créditos e agradecimentos

Para a realização desta obra, contamos com o apoio de uma equipe multidisciplinar, que, com a sua expertise, contribuíram para o sucesso do projeto.

Autores

Adriana Savoia Cardoso – advogada
Camila Relva Restelli - advogada
Eduardo Pastore – advogado
Gabriela Pires Pastore – advogada
Marcos Augusto Pereira Lara – advogado
Mateus Barreto Basso – advogado
Patrícia Portaro – advogada

Coordenação Técnica

Gabriela Pires Pastore
Marcos Augusto Pereira Lara

Equipe de Gestão e Educação Digital

Odete Cruz - Gerente Executiva do Projeto Objetiva
Erenice de Almeida Alencar - Coordenadora Educacional
Adriana Novelli - Analista Educacional
Lucimar Franceschini - Marketing
Beatriz Veloso - Gerente de Projetos
Tiago Carturani - Editor Textual
Miguel Vassali - Diretor de Arte
Renan Pinho Assi - Cientista da Computação
Salésio Eduardo Assi - Coordenador de Tecnologia Educacional

APRO – Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais

Marianna Souza – Presidente Executiva
Odete Cruz – Gerente Executiva – Projeto Objetiva
Paula Sanches – Coordenadora Executiva Financeira

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Roberto Tadros - Presidente do Conselho Deliberativo Nacional
Carlos do Carmo Andrade Melles - Diretor Presidente do Sebrae
Bruno Quick Lourenço de Lima - Diretor Técnico do SEBRAE
Eduardo Diogo - Diretor de Administração e Finanças
Cesar Reinaldo Rissete - Gerente da Unidade de Competitividade
Denise Souza Marques Lucena Barros - Analista da Unidade de Competitividade

Prefácio APRO

Frente às mudanças que a indústria criativa, em especial a indústria audiovisual, vem enfrentando, seja pelas diversas inovações tecnológicas ou pela forma de se consumir conteúdos, a Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais (APRO) tem aprimorado a sua missão de fomentar a capacitação do mercado audiovisual, por meio de seu projeto de Capacitação – Objetiva Empreendedorismo em Foco, em parceria com o SEBRAE Nacional.

Com a pandemia, o Projeto Objetiva aderiu à metodologia de ensino digital, visando suprir uma das importantes lacunas do mercado audiovisual: a capacitação. O intuito é qualificar e atualizar os profissionais produtores de conteúdos para as diversas plataformas de distribuição, promovendo a revisão e o aprimoramento dos processos e dos modelos de negócios para o enfrentamento da concorrência, em um mercado cada vez mais exigente.

Esta edição do projeto conta com seis módulos estruturantes: Gestão e Empreendedorismo, Distribuição e Comercialização, Legislação, Inovação e Tendências, *Branded* e *Content* e Internacionalização.

O módulo que você vai estudar agora é o de Legislação e Negócios, que trará todo o arcabouço legal, tributário, societário, trabalhista, além de 32 modelos referenciais de contratos, bem como as noções e os embasamentos para fomentos públicos e privados, os novos modelos de captação de recursos, entre outros importantes aspectos legais e de negócios.

Os conceitos apresentados em todos os módulos permitirão que o produtor se atualize em importantes áreas do negócio audiovisual, para que tenha um melhor embasamento dos projetos e alcance o sucesso e a consolidação de uma empresa audiovisual.

Não temos a pretensão de abranger todas as nuances de todos os temas, mas sim de consolidar os princípios básicos e fundamentais para uma atuação ética e assertiva do produtor, pois é notória a falta de material referencial nessa área. A intenção da APRO com o Projeto Objetiva é proporcionar um conteúdo consistente, por meio de ferramentas didáticas e de material digital de apoio, para subsidiar o executivo do mercado audiovisual.

Bons estudos!

Marianna Souza

Presidente Executiva – APRO

Odete Cruz

Gerente Executiva – Projeto Objetiva

Prefácio SEBRAE

Fomentar a qualificação, o empreendedorismo e a competitividade dos pequenos negócios é a missão e o DNA do SEBRAE.

Entendemos que, através da qualificação e da promoção dos pequenos negócios de forma sustentável, impulsionamos a economia e o crescimento da indústria criativa como um todo.

Por meio da parceria com a Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais (APRO), destacamos, entre várias iniciativas do SEBRAE para o impulsionamento da economia criativa, o projeto de capacitação para o mercado audiovisual – Objetiva Empreendedorismo em Foco.

O Projeto Objetiva se destaca pela ampla gama de conhecimentos e informações relevantes para o negócio audiovisual, visando o aperfeiçoamento e a atualização de modernas e inovadoras ferramentas de gestão e modelos de negócios, subsidiando os executivos desse segmento a se prepararem para o enfrentamento das novas demandas para o consumo de conteúdos de entretenimento, nas várias plataformas de distribuição, seja cinema, TV ou *streaming*.

Destacamos que uma das vantagens do curso é a acessibilidade via ensino digital, ou seja, o curso é totalmente *on-line* e gratuito. O curso é formatado em módulos e modernas ferramentas de ensino a distância, propiciando ao produtor audiovisual a facilidade de aprender de forma prática e eficaz.

Esperamos oferecer conhecimentos de relevância e engajamento para todos.

Sejam bem-vindos ao curso Objetiva Empreendedorismo em Foco!

Bruno Quick

Diretor Técnico do Sebrae

Sumário

1 Empresarial: definições de tipos de sociedade mais utilizadas no setor audiovisual.....	16
1.1 Empresário individual	17
1.2 Microempreendedor Individual (MEI)	17
1.3 Sociedade Limitada Unipessoal (SLU)	19
1.4 Sociedade Limitada (Ltda)	20
1.5 Sociedade Anônima (S.A) ou Companhia (Cia)	22
1.6 Sociedade em Conta de Participação (SCP)	23
2 Tributário: definições de impostos incidentes	25
2.1. Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP)	25
2.2 Microempreendedor Individual (MEI)	27
2.3 Tributação na Sociedade em Conta de Participação (SCP)	30
2.4. Simples Nacional	34
2.5 Empresas no Regime do Lucro Presumido	37
2.6 Lucro Real	43
2.7 Instituto Nacional do Seguro Social (INSS): Retenções	51
2.8 Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE)	52
3 Trabalhista: definições das relações de trabalho	56
3.1 Empregado: art. 3º da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) (vínculo de emprego).....	56
3.2 Prestação de Serviços	58
3.3 Trabalhador autônomo: art. 442-B da CLT	60
3.4 Trabalho Intelectual: Lei do Bem	62
3.5 Trabalhador segundo a Lei n. 6.533/1978 (Lei dos Artistas e de Técnico em Espetáculos de Diversões)	64

3.6 Requisitos dos contratos: artistas e técnicos	64
3.7 Jornada	67
3.8 Trabalho Eventual	68
4 Civil: teoria geral dos contratos	73
4.1 Conceito e finalidade dos contratos	73
4.2 Função social dos contratos.....	74
4.3 Princípio da autonomia da vontade	75
4.4 Princípios da obrigatoriedade contratual e revisão dos contratos	76
4.5 Formatação dos Instrumentos de transferência de direitos autorais	76
5 Lei de Direitos Autorais	82
5.1 Direitos autorais	82
5.2 Direitos de autor e direitos conexos	84
5.3 Autoria versus titularidade	85
5.4 Violações ao direito de autor.....	85
5.5 Prazo de proteção legal versus domínio público	88
5.6 Utilizações permitidas sem necessidade de autorização	89
5.7 Direitos de personalidade	90
6 Obra Audiovisual	93
6.1 Direitos autorais: obra audiovisual	93
6.2. ANCINE: obra audiovisual não publicitária brasileira.....	95
6.3 Aspectos jurídicos da produção da obra para diferentes plataformas.....	99
6.4 Aspectos jurídicos para produção de branded content / conteúdo de marca	126

7 A importância do clearance na obra audiovisual.....	143
7.1. Clearance.....	143
7.2 Marcas.....	145
7.3 Citações e/ou usos positivos	146
7.4 Obras intelectuais protegidas	146
7.5 Domínio público	150
8 Principais autorizações necessárias para produção	152
8.1 Production services – comunicação prévia – ANCINE	152
8.2 Melhores práticas de <i>Film Commission</i> (FCs) e apoios a projetos em âmbito local	155
8.3. Solicitação de alvará judicial para filmagem com crianças e adolescentes.....	166



Apresentação



Nossas boas-vindas
ao **Projeto Objetiva
Empreendedorismo
em Foco.**



Abertura do Módulo
Legislação e Negócios.

1.

Empresarial: definições de tipos de sociedade mais utilizadas no setor audiovisual



1 Empresarial: definições de tipos de sociedade mais utilizadas no setor audiovisual

Autores: Alexandre Motta Ordóñez, Camilla Relva Restelli e João Paulo Morello

Atualizado por: Camilla Restelli e Marcos Augusto Pereira Lara

Coordenação técnica: Gabriela Pires Pastore e Marcos Augusto Pereira Lara

Objetivos

O Objetivo deste capítulo é demonstrar ao produtor quais são os tipos de sociedade no âmbito jurídico vigente, com a finalidade de que cada empresário possa encontrar o que mais se adapta ao seu modelo de negócio.

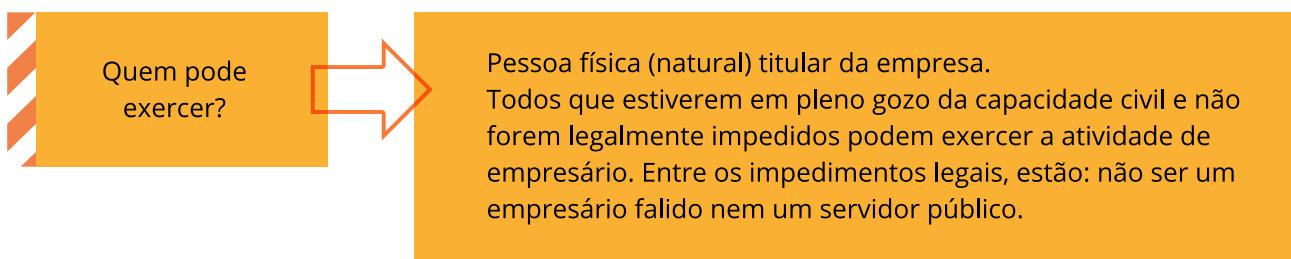
A lei não traz conceitos sobre empresa, mas estabelece o que é a figura do empresário. Assim, no Código Civil, em seu art. 966, é considerado empresário aquele que exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços. Contudo, não se enquadra nessa classificação quem exerce profissão intelectual, de natureza científica, literária ou artística, ainda com o concurso de auxiliares ou colaboradores, salvo se o exercício da profissão constituir elemento de empresa.

Vamos iniciar este capítulo assistindo a um vídeo? Confira.



1.1 Empresário individual

O empresário individual (denominado antigamente de firma individual) é aquele que exerce, em nome próprio, uma atividade empresarial. Pode exercer a atividade de empresário individual aquele que estiver em conformidade com o que é apresentado na figura a seguir.



Capacitações do Empresário Individual

Fonte: Adaptada de Brasil (1998).

O patrimônio da pessoa natural e do empresário individual são os mesmos, logo o titular responde de forma ilimitada pelas obrigações contraídas no exercício da atividade empresarial.

É relevante mencionar que o empresário individual pode obter uma série de benefícios ao se registrar como Microempreendedor Individual (MEI) – assunto do próximo tópico.

1.2 Microempreendedor Individual (MEI)

Dispõe da mesma natureza jurídica de empresário individual, conceituado no art. 966 do Código Civil. Tal como o empresário individual, o empresário titular da MEI responde ilimitadamente, com os bens pessoais, pelas obrigações contraídas em nome da MEI.



A finalidade da criação da figura do Microempreendedor Individual foi retirar da informalidade as pessoas que trabalham por conta própria, sem nenhum amparo legal, desde que preencham os principais requisitos legais necessários, que são:

- ter auferido receita bruta, no ano-calendário anterior, de até R\$ 81.000,00 (texto incluído pela Lei Complementar n. 155/2016), ou seja, R\$ 6.750,00 por mês;
- não participar de outra empresa como sócio, titular ou administrador;
- ser optante pelo Simples Nacional;
- exercer somente atividades permitidas para o Microempreendedor Individual, conforme Resolução do Comitê Gestor do Simples Nacional;
- não possuir mais de um estabelecimento;
- ter apenas um empregado contratado que receba um salário-mínimo ou o piso salarial da categoria profissional.

Fique ligado



Entre as vantagens oferecidas ao microempreendedor, está o registro no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), que facilita a abertura de conta bancária, o pedido de empréstimos e a emissão de notas fiscais.

O MEI pode optar pelo recolhimento dos impostos e das contribuições abrangidos pelo Simples Nacional em valores fixos mensais. Esse regime tributário denomina-se Sistema de Recolhimento em Valores Fixos Mensais dos Tributos do Simples Nacional (SIMEI). Assim, aderindo ao SIMEI, o MEI poderá efetuar o recolhimento dos impostos em valor fixo mensal, conforme valores e percentuais destacados:

- R\$ 5,00 de Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS), caso seja contribuinte desse imposto;
- R\$ 1,00 de Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), caso seja contribuinte desse imposto;
- 5% do valor do salário-mínimo.

Saiba mais



Para conhecer mais particularidades e benefícios de ser MEI, acesse [este link](#).



Conhecidas as características do MEI, vamos compreender o que é uma Sociedade Limitada Unipessoal (SLU).

1.3 Sociedade Limitada Unipessoal (SLU)

Como veremos a seguir, até 2019, um dos requisitos de constituição de uma sociedade limitada era a pluralidade social, ou seja, de dois ou mais sócios. Com a promulgação da Lei da Liberdade Econômica n. 13.874/2019, foram incluídos dois parágrafos ao art. 1.052 do Código Civil, prevendo a possibilidade da constituição de uma Sociedade Limitada com um único sócio.

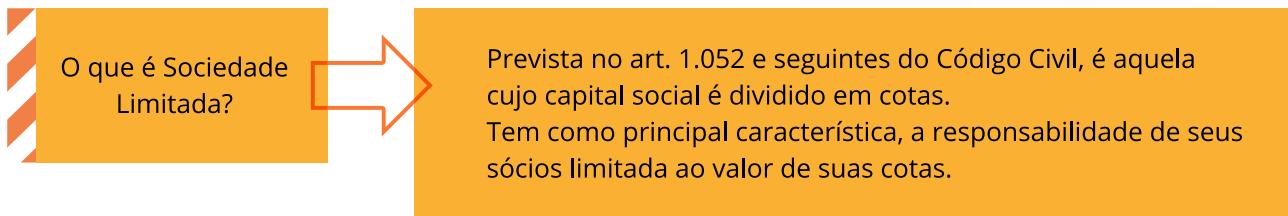
Por ter a característica da unipessoalidade, esse tipo social tem aspectos tanto da antiga EIRELI (extinta em agosto de 2021) como da Sociedade Limitada. No mais, as principais diferenças entre a antiga EIRELI (extinta em agosto de 2021) e a Sociedade Limitada Unipessoal são:

- a questão em torno do valor mínimo, quanto à integralização do capital social da sociedade, para a antiga EIRELI (extinta em agosto de 2021);
- a possibilidade de a Sociedade Limitada Unipessoal figurar em mais de uma empresa dessa modalidade, uma vez que a lei não a proíbe.

Vale esclarecer que as demais características desse tipo societário seguirão o tópico a seguir, dedicado à Sociedade Limitada.

1.4 Sociedade Limitada (Ltda)

A figura a seguir traz as características da Sociedade Limitada (Ltda).

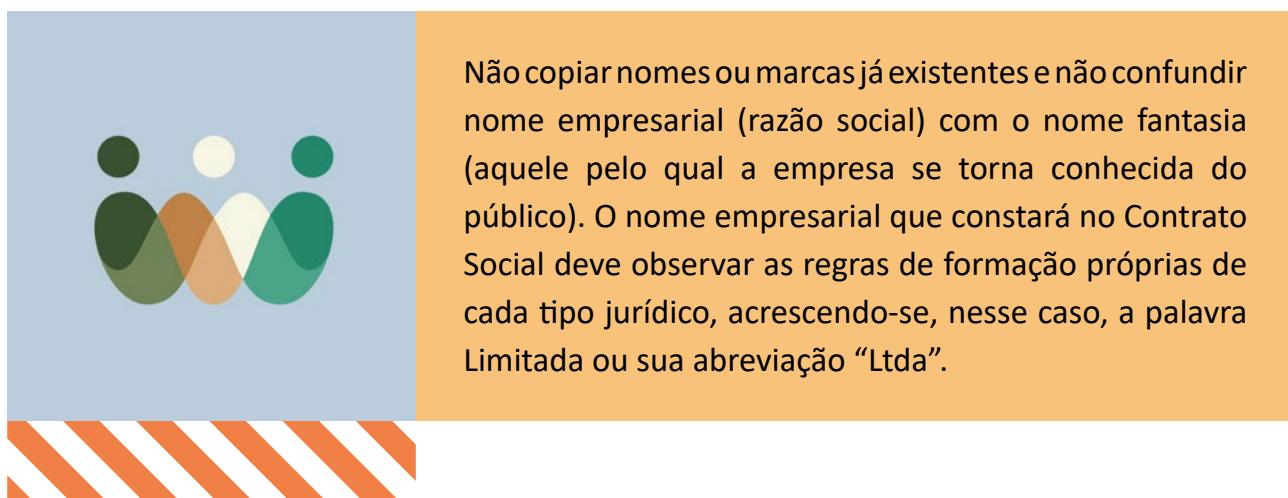


Conceito de Sociedade Limitada (Ltda)

Fonte: Adaptada de Brasil (1998).

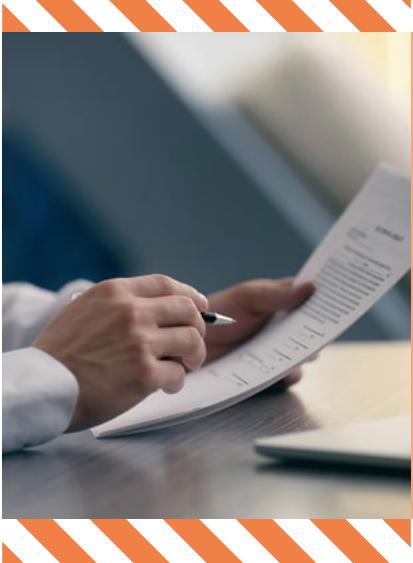
Nesse tipo de empresa, todos respondem pela integralização do capital social, ou seja, se um sócio subscrever (prometer transferir o patrimônio particular ao da empresa) e não o integralizar (pagar o que prometeu na subscrição), os demais respondem pelo montante não integralizado (pago), solidariamente; isto é, sem limitação de suas quotas. A integralização do capital social pode ser com dinheiro e/ou qualquer bem, desde que suscetível de avaliação em dinheiro, sendo vedada a contribuição que consiste em prestação de serviços.

É importante ter em mente algumas informações antes de abrir uma Sociedade Limitada. Veja a seguir.





Solicitar consulta prévia à prefeitura municipal para saber se é possível exercer as atividades desejadas no local onde se pretende implantar a empresa (em conformidade com o Código de Posturas Municipais), bem como para obter a descrição oficial do endereço pretendido para a empresa.



Informar-se na prefeitura sobre quais licenças devem ser obtidas para a concessão do Alvará de Funcionamento referente às atividades que serão desenvolvidas. Em seguida, deve-se procurar cada órgão responsável pelo licenciamento (Vigilância Sanitária, Secretaria de Meio Ambiente, Corpo de Bombeiros etc.) e obter informações sobre quais são as exigências de cada um deles para a concessão da licença necessária para as atividades, além da documentação exigida.



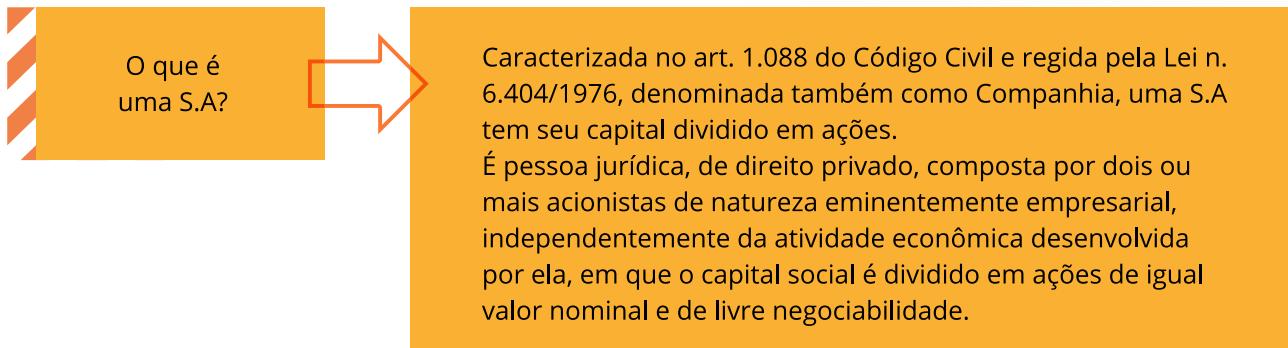
Para as empresas que não tenham atividades consideradas de alto risco, algumas prefeituras concedem o Alvará de Funcionamento Provisório com a realização e a aprovação da consulta prévia. É exigida a assinatura do Termo de Ciência e de Responsabilidade dos responsáveis pela empresa, por meio do qual o empresário se compromete a cumprir as exigências para a emissão do Alvará de Funcionamento.

Além disso, é importante não alugar ou adquirir imóvel antes de verificar a viabilidade do funcionamento.

Compreendidas as características da Sociedade Limitada, vamos agora entender a Sociedade Anônima (S.A).

1.5 Sociedade Anônima (S.A) ou Companhia (Cia)

Na figura a seguir são mostradas as principais características da S.A.



Conceito de Sociedade Anônima (S.A)

Fonte: Adaptada de Brasil (1998).

O capital dessa sociedade pode ser de duas formas:

Aberto

O valor pode ser negociado na Bolsa de Valores.

Fechado

O valor não é negociável na Bolsa de Valores.

O capital social pode ser em dinheiro ou bens, desde que suscetíveis de avaliação em dinheiro, não sendo permitida a utilização de prestação de serviços.

A responsabilidade de cada acionista é limitada ao preço de emissão das ações que adquirir ou subscrever, não havendo a solidariedade pela integralização, como ocorre na Sociedade Limitada, por exemplo.

A seguir são apresentadas as características da Sociedade em Conta de Participação (SCP).

1.6 Sociedade em Conta de Participação (SCP)

Prevista nos arts. 991 a 996 da Lei n. 10.406 de 2002 (Código Civil), trata-se de uma associação de interesses comerciais na qual haverá pelo menos um sócio ostensivo e um sócio participante. Esse instrumento constitutivo é indicado no mercado audiovisual para projetos pontuais devidamente definidos.



Caberá ao sócio ostensivo abrigar a SCP sob seus atos constitutivos e tomar para si os riscos dos negócios perante terceiros. Ele também será responsável pelos registros contábeis e pelas demonstrações financeiras, sendo que cabe, na maioria das vezes, ao sócio participante ou ao intitulado sócio oculto o papel de investidor. A contabilidade da SCP deve ser realizada de forma apartada à contabilidade dos outros negócios do sócio ostensivo.

Até o ano de 2014, uma SCP não precisava obter um CNPJ próprio, porém, na atualidade, há previsão legal dessa obrigação. Por isso, é importante que SCP possua uma estrutura contábil competente.

Além disso, um dos pontos positivos da SCP é a possibilidade de distribuição dos lucros entre os sócios; já o ponto negativo é o trabalho que caberá ao sócio ostensivo: o de fazer a contabilidade de forma apartada, conforme indicado.

No mercado do audiovisual, em algumas possibilidades, a Coprodução entre produtoras pode ser um instrumento mais apropriado para a exploração comercial conjunta de uma obra audiovisual, tendo em vista as parcerias e os investimentos que se mostram necessários.

Memoryboard

Neste capítulo, conhecemos os tipos de sociedades mais utilizadas, bem como a aplicação para determinado tipo de negócio, fundamental para definir o modelo mais apropriado para o perfil de cada empresário. Vale ainda informar que a sociedade adquire personalidade jurídica com a inscrição dos seus atos constitutivos no registro próprio e na forma da lei.

2.

Tributário: definições de impostos incidentes



2 Tributário: definições de impostos incidentes

Autores: Adriana Savoia Cardoso e João Paulo Morello

Atualizado por: Adriana Savoia Cardoso

Coordenação técnica: Gabriela Pires Pastore
e Marcos Augusto Pereira Lara

Objetivos

O objetivo deste capítulo é demonstrar aos empresários que atuam no setor audiovisual no Brasil quais são as cargas tributárias aplicadas aos diversos tipos de sociedade no âmbito jurídico vigente, bem como as sistemáticas de recolhimento de impostos que são admissíveis a cada tipo de sociedade. Isso tem a finalidade de possibilitar a esses empresários a identificação do que mais se adapta ao seu modelo de negócio.

Destaca-se que, além dos tributos inerentes a todas as atividades empresariais, por vezes também incidem taxas e emolumentos próprios à determinadas atividades no mercado do audiovisual, como o caso da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE). Dessa forma, é essencial a previsão desse custo na produção de uma obra cinematográfica ou videofonográfica.

2.1. Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP)

A Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP) foi criada com o intuito de dar tratamento diferenciado e favorecido, no âmbito dos poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, às empresas cuja receita bruta não seja tão expressiva, para contribuir com a criação e com o desenvolvimento de empresas, gerar empregos, reduzir a informalidade e fortalecer a economia. O referido tratamento diferenciado se refere especialmente:

- à apuração e ao recolhimento de impostos e contribuições da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, mediante regime único de arrecadação, inclusive obrigações acessórias;
- ao cumprimento de obrigações trabalhistas e previdenciárias, inclusive obrigações acessórias;
- ao acesso a crédito e ao mercado, inclusive quanto à preferência nas aquisições de bens e serviços pelos poderes públicos (licitações), à tecnologia, ao associativismo e às regras de inclusão.

2.1.1 Pessoa Jurídica: Microempresa (ME) ou Empresa de Pequeno Porte (EPP)

Os principais requisitos para que a pessoa jurídica possa ser considerada ME ou EPP são dois:

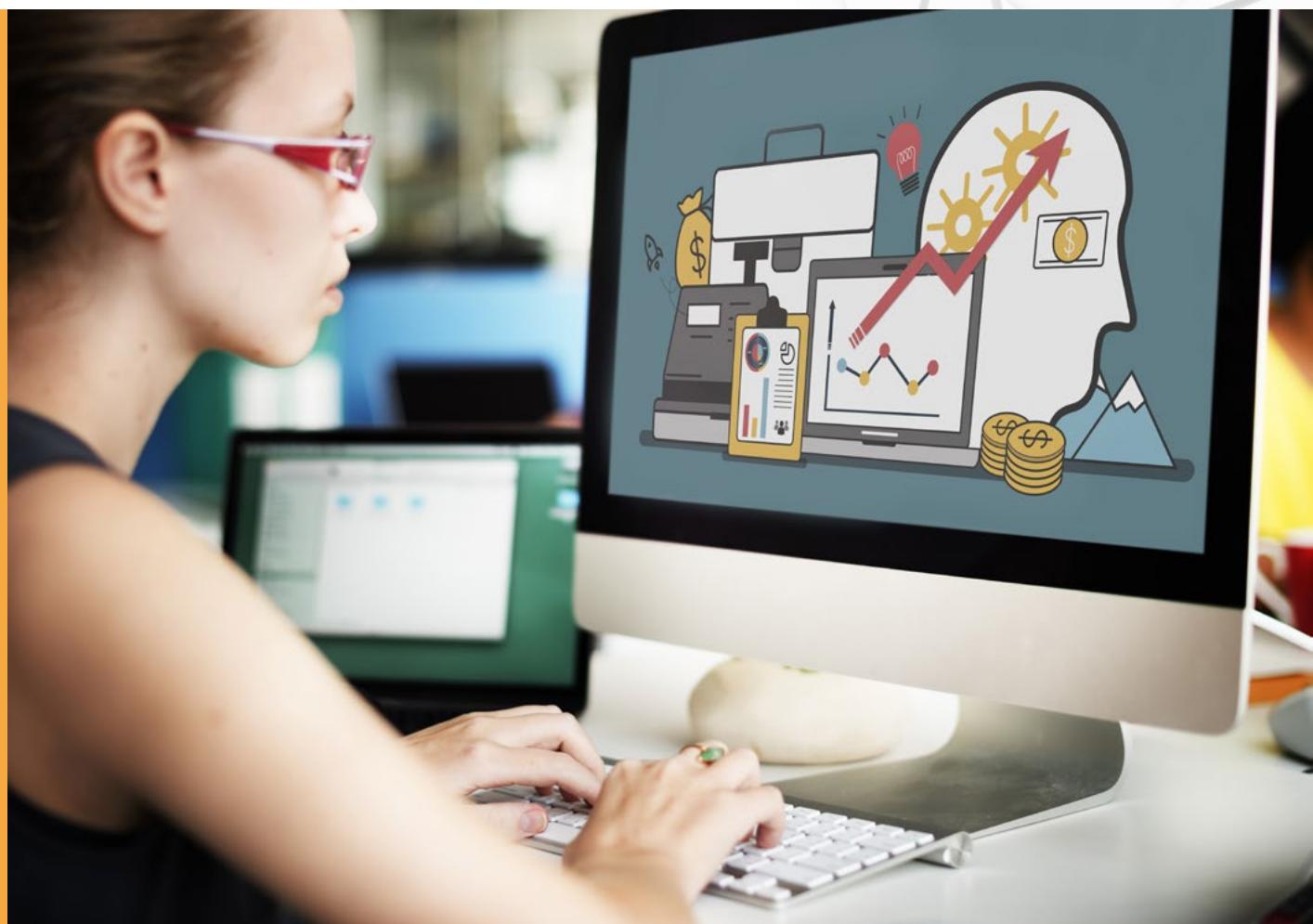
No caso da ME

Auferir, em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00.

No caso da EPP

auferir, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360.000,00 e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00.

Considera-se receita bruta o produto da venda de bens e serviços nas operações de conta própria, o preço dos serviços prestados e o resultado nas operações em conta alheia, não incluídas as vendas canceladas e os descontos incondicionais concedidos.



As vedações à ME ou à EPP para que possam usufruir desse regime diferenciado estão previstas no art. 3º, parágrafos 4º a 15º, da Lei Complementar n. 123/2006.

No aspecto tributário, a ME ou EPP pode adotar o regime tributário simplificado, denominado Simples Nacional (previsto na Lei Complementar n. 123/2006), que desburocratiza a forma de recolhimento dos tributos relacionados às atividades da empresa: INSS patronal, ICMS, ISS, PIS, COFINS, IRPJ, CSLL e IPI.

Vamos compreender como esse mesmo tema se aplica ao Microempreendedor Individual (MEI).

2.2 Microempreendedor Individual (MEI)

O MEI foi criado como um importante programa de inclusão social do país, retirando da informalidade dois milhões de empreendedores que puderam formalizar os seus negócios, com a possibilidade de emissão de nota fiscal, acesso a empréstimos e juros mais baixos, obtenção de benefícios previdenciários, menor tributação e burocracia simplificada.

Saiba mais



O MEI pode ser constituído on-line, acessando [este link](#).

Os principais requisitos para ser MEI são elencados a seguir.

- Auferir receita bruta acumulada no ano-calendário anterior e em curso de até R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais). No caso de início de atividade, o limite deve ser de R\$ 6.750,00 (seis mil setecentos e cinquenta reais) multiplicados pelo número de meses compreendidos entre o mês de início de atividade e o final do respectivo ano-calendário, consideradas as frações de meses como um mês inteiro.
- Não ser titular, sócio ou administrador de outra empresa.
- Exercer somente as ocupações constantes do Anexo XI da Resolução do Comitê Gestor do Simples Nacional (CGSN) n. 140, de 2018.

O Microempreendedor Individual (MEI) pode optar por um programa de recolhimento de impostos simplificado (exclusivo somente para o MEI), chamado SIMEI (Sistema de Recolhimento em Valores Fixos Mensais dos Tributos Abrangidos pelo Simples Nacional).

De acordo com o manual de perguntas e respostas da Secretaria da Fazenda, para aderir ao SIMEI, o MEI deve atender aos seguintes requisitos, cumulativamente. Confira.

• Ser optante pelo Simples Nacional e cumprir seus requisitos.

- *Exercer profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços (art. 966 do Código Civil).*
- *Auferir receita bruta acumulada no ano-calendário anterior e em curso de até R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais). No caso de início de atividade, o limite deve ser de R\$ 6.750,00 (seis mil setecentos e cinquenta reais) multiplicados pelo número de meses compreendidos entre o mês de início de atividade e o final do respectivo ano-calendário, consideradas as frações de meses como um mês inteiro.*

- *Exercer tão-somente as ocupações constantes do Anexo XI da Resolução CGSN n. 140, de 2018;*
- *Possuir um único estabelecimento;*
- *Não participar de outra empresa como titular, sócio ou administrador;*
- *Não contratar mais de um empregado, que só poderá receber 1 (um) salário-mínimo previsto em lei federal ou estadual ou o piso salarial da categoria profissional, definido em lei federal ou por convenção coletiva da categoria (art. 18-C da Lei Complementar n. 123, de 2006);*
- *Não guardar, cumulativamente, com o contratante do serviço, relação de pessoalidade, subordinação e habitualidade;*
- *Não realizar suas atividades mediante cessão ou locação de mão de obra (art. 112, “caput”, da Resolução CGSN n. 140, de 2018). (BRASIL, 2006).*

Vejamos agora o passo a passo de como o MEI pode aderir ao SIMEI acessando o Portal do Simples Nacional.

Fique por dentro



- Entrar **neste link**.
- Acessar “Simei – Serviços”; depois, “Opção”.
- Selecionar “Solicitação de Enquadramento no Simei”.

O serviço estará disponível no Portal do Simples Nacional entre o primeiro e o último dia útil de janeiro. Uma vez feita a opção pelo Simei, ela é válida também para os anos seguintes, até que eventualmente ocorra o desenquadramento ou baixa do MEI.

Vale destacar que a antiga EIRELI (extinta em agosto de 2021) não é um “empresário individual” do art. 966 do Código Civil. Por isso, não pode ser MEI nem optar pelo Simei (art. 18-A, § 1º, da Lei Complementar n. 123, de 2006). Além disso, o limite anual de R\$ 81.000,00 é um só, somando receitas de mercado interno e externo. O MEI não tem limite estendido para exportação. A seguir, vamos analisar a tributação na SCP.

2.3 Tributação na Sociedade em Conta de Participação (SCP)

Nos termos do art. 160 do Regulamento do Imposto de Renda – RIR/2018 (Decreto n. 9.580/2018), as SCP são equiparadas às pessoas jurídicas e, portanto, são contribuintes do Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas (IRPJ), da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL), da Contribuição para o PIS/Pasep e da Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS).



A Instrução Normativa SRF n. 179/1987 dispõe sobre as regras de tributação e distribuição dos resultados das Sociedades em Conta de Participação:

Responsabilidade pela apuração

Compete ao sócio ostensivo a responsabilidade pela apuração dos resultados, pela apresentação da declaração de rendimentos e pelo recolhimento do imposto devido pela sociedade em conta de participação.

Escrituração das operações

A escrituração das operações da SCP poderá, à opção do sócio ostensivo, ser efetuada nos livros deste ou em livros próprios da referida sociedade.

Registros contábeis

Quando forem utilizados os livros do sócio ostensivo, os registros contábeis deverão ser feitos de forma a evidenciar os lançamentos referentes à SCP.

Resultados

Os resultados e o lucro real correspondentes à SCP deverão ser apurados e demonstrados destacadamente dos resultados e do lucro real do sócio ostensivo, ainda que a escrituração seja feita nos mesmos livros.

Documentos

Nos documentos relacionados com a atividade da SCP, o sócio ostensivo deverá fazer constar indicação de modo a permitir identificar sua vinculação com a referida sociedade.

Ganho ou perda de capital

Ganho ou perda de capital na alienação de participação em SCP será apurado segundo os mesmos critérios aplicáveis à alienação de participação societária em outras pessoas jurídicas.

Vamos acompanhar como incidem alguns impostos específicos.

2.3.1 IRPJ e CSLL na SCP

De acordo com o art. 161 do RIR/2018, na apuração dos resultados das SCP, assim como na tributação dos lucros apurados e dos distribuídos, serão observadas as normas aplicáveis às pessoas jurídicas em geral.

Fique ligado



As SCP poderão apurar o IRPJ e a CSLL tanto pela sistemática do lucro real quanto pelo lucro presumido ou arbitrado, sendo permitida a sistemática de apuração diversa daquela adotada pelo sócio ostensivo.

Além disso, as SCP não poderão recolher os tributos na forma do Simples Nacional, conforme disposto no art. 15, caput e II e VIII da Resolução CGSN n. 148/2018.

2.3.2 Lucro Real na SCP

Na apuração do Lucro Real, a SCP deve observar o disposto na Instrução Normativa SRF n. 179/1987 e RIR/2018:

- “** • *O prejuízo fiscal apurado por sociedade em conta de participação somente poderá ser compensado com o lucro real decorrente da mesma sociedade. É vedada a compensação de prejuízos fiscais e lucros entre duas ou mais sociedades em conta de participação ou entre estas e o sócio ostensivo.*
- *Não será permitida a compensação de prejuízos e lucros entre duas ou mais SCP, nem entre estas e o sócio ostensivo.*
 - *Os valores entregues pelos sócios, pessoas jurídicas, somados aos valores entregues pelos sócios, pessoas físicas, constituirão o capital da SCP, que será registrado em conta que represente o patrimônio Líquido desta.*
 - *Os lucros recebidos de investimento em SCP, avaliado pelo custo de aquisição, ou a contrapartida do ajuste do investimento ao valor de patrimônio líquido da SCP, no caso de investimento avaliado por esse método, não serão computados na determinação do lucro real dos sócios, pessoas jurídicas, das referidas sociedades.*
 - *Os rendimentos pagos pela SCP, bem como os lucros por elas distribuídos serão tributados na fonte, nos termos da legislação aplicável às demais pessoas jurídicas.*
 - *Imposto incidente na fonte, na forma deste item, terá, nos beneficiários dos rendimentos, o mesmo tratamento dado ao imposto retido na fonte pelas demais pessoas jurídicas.*
 - *O ganho ou perda de capital na alienação de participação em SCP será apurado segundo os mesmos critérios aplicáveis à alienação de participação societária em outras pessoas jurídicas. (BRASIL, 1987, 2018).*

2.3.3. Lucro Presumido na SCP

Na apuração do Lucro Presumido, a SCP deve observar o disposto no art. 246 da Instrução Normativa RFB n. 1.700/2017:

- a) A opção da SCP pelo regime de tributação com base no lucro presumido e resultado presumido não implica a simultânea opção do sócio ostensivo, nem a opção efetuada por este implica a opção daquela.*
- b) O recolhimento do IRPJ e da CSLL devidos pela SCP será efetuado mediante a utilização de guia de arrecadação DARF específico, em nome do sócio ostensivo.*
- c) O disposto acima não prejudica a observância das demais normas relativas ao regime de tributação com base no lucro presumido e no resultado presumido previstas na legislação, inclusive quanto à adoção do regime de caixa. (BRASIL, 2017).*

2.3.4. Lucro Arbitrado na SCP

A SCP que optar por recolher os impostos com base no Lucro Arbitrado deverá seguir os mesmos procedimentos do Lucro Presumido.

2.3.5. Distribuição de Lucros e Dividendos na SCP

A distribuição de lucros e dividendos das sociedades em conta de participação observará as mesmas regras aplicáveis às demais pessoas jurídicas.

Assim, aos lucros ou dividendos calculados com base nos resultados apurados a partir do mês de janeiro de 1996, pagos ou creditados pelas pessoas jurídicas tributadas com base no lucro real, presumido ou arbitrado, não ficarão sujeitos à incidência do imposto de renda na fonte, nem integrarão a base de cálculo do imposto de renda do beneficiário, pessoa física ou jurídica, domiciliado no País ou no exterior (art. 10 da Lei n. 9.249/1995).

2.3.6. PIS e COFINS na SCP

Para apuração do PIS e da COFINS, as Sociedades em Conta de Participação deverão seguir as regras gerais, sendo permitida a opção pelo regime cumulativo ou não cumulativo, conforme o caso.

Compreendidas as principais características e tributações da SCP, vamos entender como isso ocorre no Simples Nacional.

2.4. Simples Nacional

O Simples Nacional foi instituído pela Lei Complementar n. 123/2006 como sendo um regime tributário diferenciado, simplificado, vigente a partir de 1º de julho de 2007.



Ele possibilita o recolhimento de impostos e contribuições de competência Federal, Estadual, Distrital e Municipal, mediante regime único de arrecadação (pagamento de todos os tributos em uma única guia – DAS), com alíquotas diferenciadas que variam de acordo com o tipo de atividade e da receita bruta da empresa, devidos pelas ME e EPP.

Compete ao CGSN, composto por representantes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, regulamentar o Simples Nacional. A partir de 1º de agosto de 2018, o regulamento geral do Simples Nacional é a Resolução CGSN n. 140, de 2018.

Fique por dentro



A opção pelo Simples Nacional ocorre somente pela internet, por meio do **Portal do Simples Nacional**.



Deve-se clicar em “Simples Serviços”; depois, em “Opção” e, por fim, em “Solicitação de Opção pelo Simples Nacional”).

Essa opção é irretratável para todo o ano-calendário.

Podem aderir ao Simples Nacional:

ME

Que obtenha em cada ano-calendário, receita bruta igual ou inferior a R\$ 360.000,00.

EPP

Que obtenha, em cada ano-calendário, receita bruta superior a R\$ 360.000,00 e igual ou inferior a R\$ 4.800.000,00.

MEI

Que obtenha, em cada ano-calendário, receita bruta de até R\$ 81.000,00.

A partir de 1º de janeiro de 2018, os limites proporcionais para ME e EPP passaram a ser, respectivamente, de R\$ 30.000,00 e de R\$ 400.000,00 multiplicados pelo número de meses compreendido entre o início da atividade e o final do respectivo ano-calendário, consideradas as frações de meses como um mês inteiro.

A partir de 1º de janeiro de 2012, foi criado um limite adicional para as receitas obtidas com a exportação de serviços, em que as receitas do mercado interno não poderão ultrapassar o valor de R\$ 4.800.000,00; e as receitas de exportação também não podem ultrapassar o limite de R\$ 4.800.000,00.

As principais vantagens do Simples Nacional são elencadas na figura a seguir.

Recolhimento de impostos e contribuições em uma única guia e com alíquotas diferenciadas.

Menor tributação em relação a outros regimes tributários como o Lucro Real ou o Presumido.

Diminuição das obrigações fiscais exigidas pela Receita Federal.

Vantagens do Simples Nacional

Fonte: Adaptada de Brasil (1998).

E como ocorrem os tributos? Vejamos a seguir.

2.4.1 Tributos Incluídos no Simples Nacional

Os tributos incluídos no Simples Nacional estão listados a seguir.

- Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica (IRPJ).
- Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL).
- Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI).
- Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social (COFINS); Contribuição para o Programa de Integração Social e o Programa de Formação do Patrimônio do Servidor Público (PIS/PASEP).
- Contribuição Patronal Previdenciária (CPP) para a Seguridade Social, a cargo da pessoa jurídica, exceto no caso das microempresas e das empresas de pequeno porte que se dedicam às atividades de construção de imóveis e obras de engenharia em geral, execução de projetos e serviços de paisagismo e decoração de interiores, e serviços de vigilância, limpeza ou conservação.
- Imposto sobre Operações Relativas à Circulação de Mercadorias e Sobre Prestações de Serviços de Transporte Interestadual e Intermunicipal e de Comunicação (ICMS) com exceções.
- Imposto sobre Serviços de Qualquer Natureza (ISS) com exceções.
- O recolhimento na forma do Simples Nacional não exclui a incidência de outros tributos não listados acima, por exemplo: Imposto sobre Operações de Crédito, Câmbio e Seguro, ou Relativas a Títulos ou Valores Mobiliários (IOF), Imposto sobre a Importação (II), Imposto sobre a Exportação (IE), Imposto sobre a Propriedade Territorial Rural (ITR), que devem ser recolhidos à parte do Simples Nacional (base legal: art. 13, § 1º, da Lei Complementar n. 123, de 2006).
- Há também outras situações em que o recolhimento dar-se-á à parte do Simples Nacional, por exemplo: Contribuição para o PIS/Pasep, COFINS e IPI incidentes na importação (base legal: art. 13, § 1º, da Lei Complementar n. 123, de 2006).
- Os impedimentos para opção ao Simples Nacional estão previstos no art. 3º, II, §§ 2º e 4º, e art. 17 da Lei Complementar n. 123, de 2006.
- Comprovação da condição de optante pelo Simples Nacional: Nos termos da Resolução CGSN n. 140, de 22 de maio de 2018, deve constar nos documentos fiscais dos contribuintes optantes pelo Simples Nacional a seguinte informação: “Documento emitido por ME ou EPP optante pelo Simples Nacional”.

2.4.2 Cálculo

O cálculo será efetuado mediante aplicação da alíquota efetiva sobre a receita bruta mensal auferida (regime de competência) ou recebida (regime de caixa), conforme opção contábil do contribuinte.

Fique por dentro



O cálculo será efetuado pelo sistema de cálculo simplificado da Receita Federal, denominado Programa Gerador do Documento de Arrecadação do Simples Nacional Declaratório (PGDAS-D), disponível no Portal do Simples Nacional na Internet, [neste link](#).



A alíquota efetiva está disponível nas tabelas dos Anexos da Lei Complementar n. 123/2006 ou Resolução CGSN n. 140, de 2018.

A seguir, trataremos desse mesmo assunto, agora no que diz respeito às Empresas no Regime do Lucro Presumido.

2.5 Empresas no Regime do Lucro Presumido

O Lucro Presumido está previsto nos arts. 587 a 601 do Regulamento do Imposto de Renda (RIR/2018 – Decreto n. 9.580/2018), e propõe a tributação simplificada do Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas (IRPJ) e da Contribuição Social sobre o Lucro (CSLL), com base em presunções de lucro.

A seguir, estão relacionados os requisitos para ingressar nesse regime tributário, de acordo com informações obtidas no site da Receita Federal.

2.5.1 Opção pelo Ingresso no Regime do Lucro Presumido

Confira as pessoas jurídicas que podem optar pelo ingresso no regime do Lucro Presumido.

As que tenham obtido Receita Bruta total igual ou inferior a R\$ 78.000.000,00 no ano-calendário anterior ou a R\$ 6.500.000,00 multiplicado pelo número de meses em atividade no ano-calendário anterior, quando inferior a 12 meses.

As que não estejam obrigadas à tributação pelo lucro real em função da atividade exercida ou da sua constituição societária ou natureza jurídica.

Desde 1º de janeiro de 2001, as SCP ficaram autorizadas a optar pelo lucro presumido, desde que observadas as demais normas relativas ao regime de tributação com base no lucro presumido e no resultado presumido previstas na legislação, inclusive quanto à adoção do regime de caixa. A opção da sociedade em conta de participação pelo regime de tributação com base no lucro presumido não implica a simultânea opção do sócio ostensivo, nem a opção efetuada por este implica a opção daquela. (IN SRF n. 31, de 2001 – revogada – e Instrução Normativa RFB n. 1.700/2017).

Agora, Confira as pessoas jurídicas que não podem optar pelo ingresso no regime do Lucro Presumido.

Não podem optar pelo regime do lucro presumido a pessoa jurídica que obtiver lucros, rendimentos ou ganhos de capital oriundos do exterior, entretanto essa limitação não se aplica à pessoa jurídica que auferir receita de exportação de mercadorias e da prestação direta de serviços no exterior.

2.5.2 Base de Cálculo IRPJ E CSLL no Lucro Presumido

Os percentuais a serem aplicados sobre a receita bruta para compor a base de cálculo do Lucro Presumido estão discriminados na tabela a seguir.

ATIVIDADES	%
Atividades em geral (RIR1 /1999, art. 518)	8,0
Revenda de combustíveis	1,6
Serviços de transporte (exceto o de carga)	16,0
Serviços de transporte de CARGAS	8,0
Serviços em geral (exceto serviços hospitalares)	32,0
Serviços hospitalares: auxílio diagnóstico e terapia; patologia clínica; imangenologia; anatomia patológica e citopatológica; medicina nuclear, análises e patologias clínicas	8,0
Intermediação de negócios	32,0
Administração, locação ou cessão de bens e direitos de qualquer natureza (inclusive imóveis)	32,0

Base de cálculo do Lucro Presumido

Fonte: KPCB (2014, p. 96).

Da Receita Bruta, é possível excluir alguns itens, como os elencados no quadro a seguir.

Vendas canceladas ou anuladas

Devolução de vendas

Descontos concedidos incondicionalmente

Receita de equivalência patrimonial (investimento interno)

Receita de dividendos (quando transita pela DRE)

IPI cobrado destacadamente do comprador

ICMS, IPI, COFINS, quando devidos pelo contribuinte
substituto no regime de substituição tributária

Itens possíveis de excluir da Receita Bruta

Fonte: Brasil (2018).

Algumas receitas devem ser incluídas diretamente na base de cálculo depois de calculado o Lucro Presumido, como os ganhos de capital, os rendimentos e os ganhos líquidos auferidos em aplicações financeiras, as demais receitas e os resultados positivos decorrentes de receitas não abrangidas pela atividade, auferidos no trimestre.

2.5.3 Alíquota do Imposto e Adicional ao Lucro Presumido

O quadro a seguir apresenta um resumo da alíquota do imposto e o adicional do IR a que estão sujeitas as pessoas jurídicas que optarem pelo Lucro Presumido.

IMPOSTO	DESCRIÇÃO
IRPJ	15% sobre a base de cálculo
Adicional ao IRPJ	10% sobre a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil reais de lucro ao mês ou R\$ 60 mil no trimestre
CSLL	9%

Alíquotas e adicionais aplicáveis sobre o Lucro Presumido

Fonte: FECAP (2010, p. 26-27).

2.5.4 Exemplo de Cálculo IRPJ e CSLL no Lucro Presumido

Uma pessoa jurídica optante pela tributação com base no Lucro Presumido apresentou, no primeiro trimestre de 2019, os seguintes dados em seus registros:

- auferiu receita de vendas de mercadorias no valor total de R\$ 427.500,00;
- obteve receita com a prestação de serviços no valor de R\$ 28.500,00;
- percebeu rendimentos de aplicações financeiras de renda fixa de R\$ 3.325,00, sobre os quais foi retido imposto de renda na Fonte de R\$ 665,00;
- vendeu bens do Ativo Permanente, tendo apurado nessa transação, ganho de capital de R\$ 8.550,00;
- não percebeu outras receitas ou resultados nem teve qualquer outro valor que devesse ser computado na base de cálculo do imposto.

Os cálculos estão representados nos quadros a seguir.

ITEM	VALOR
8% sobre R\$ 427.500,00	R\$ 34.200,00
32% sobre R\$ 28.500,00	R\$ 9.120,00
(=) Lucro presumido atividade	R\$ 43.320,00
(+) Rendimentos de aplicações financeiras renda fixa	R\$ 3.325,00
(+) Ganho de capital	R\$ 8.550,00
(=) BASE DE CÁLCULO DO IMPOSTO TRIMESTRAL	R\$ 55.195,00
ITEM	VALOR
Imposto Normal IR (15% de R\$ 55.195,00)	R\$ 8.279,25
(-) IRRF sobre receitas computadas na base trimestral	(R\$ 665,00)
(=) IMPOSTO DE RENDA LÍQUIDO A RECOLHER	R\$ 7.614,25

Determinação da base de cálculo do imposto

Fonte: FECAP (2010, p. 26-27).

A tributação com base no Lucro Presumido é exercida com o pagamento da primeira cota ou cota única do imposto devido correspondente ao primeiro período de apuração, sendo considerada definitiva para todo o ano-calendário.

Já o IR com base no Lucro Presumido é determinado por períodos de apuração trimestrais, encerrados em 31 de março, 30 de junho, 30 de setembro e 31 de dezembro de cada ano-calendário.

As pessoas jurídicas que estão impedidas de optar pelo regime do Lucro Presumido (além do requisito relativo ao limite máximo de receita bruta) são aquelas que, por determinação legal, estão obrigadas à apuração do Lucro Real, conforme demonstrado anteriormente.

Do imposto apurado com base no Lucro Presumido, não é permitida qualquer dedução a título de incentivo fiscal.

2.5.5 PIS e COFINS no Lucro Presumido

No Lucro Presumido, o PIS e a COFINS estão sujeitos à sistemática não cumulativa e incidem sobre a receita bruta operacional, cujas alíquotas são, respectivamente, de 0,65% e 3%.

Fique ligado



Para a apuração da base de cálculo da Contribuição para o PIS/Pasep e para a COFINS, serão admitidas algumas exclusões de valores nos termos do art. 3º, § 2º da Lei n. 9.718/1998.



A seguir, vamos analisar essas mesmas características analisadas agora no Lucro Real.

2.6 Lucro Real

O Lucro Real está previsto nos arts. 256 a 586 do Regulamento do Imposto de Renda (RIR/2018 – Decreto n. 9.580/2018).

O Lucro Real é o regime de tributação sobre o lucro tributável, que se distingue do lucro líquido apurado contabilmente. De acordo com o art. 258 do RIR/2018, lucro real é o lucro líquido do período de apuração ajustado pelas adições, exclusões ou compensações prescritas ou autorizadas pela legislação fiscal.

A determinação do lucro real será precedida da apuração do lucro líquido de cada período de apuração com observância das leis comerciais.

2.6.1 Pessoas jurídicas obrigadas ao Lucro Real

Todas as pessoas jurídicas podem optar pela apuração do Lucro Real, porém algumas empresas são obrigadas a esse modo de tributação, não podendo aderir a outro. Os requisitos estão listados a seguir.

Pessoas jurídicas cuja receita bruta total no ano-calendário anterior seja superior a R\$78.000.000,00; ou, no ano-calendário anterior, a R\$ 6.500.000,00 multiplicado pelo número de meses em atividade no ano-calendário anterior.

Pessoas jurídicas cujas atividades sejam de bancos comerciais, de investimentos ou de desenvolvimento; caixas econômicas; sociedades de crédito ou de crédito imobiliário; financiamento e investimento; sociedades corretoras de títulos e valores mobiliários; cooperativas de crédito; empresas de arrendamento mercantil, de seguro privado, de capitalização e entidades de previdência privada aberta.

Pessoas jurídicas que tiveram lucros, rendimentos ou ganhos de capital oriundos do exterior.

Pessoas jurídicas que, autorizadas pela legislação tributária, queiram usufruir de benefícios fiscais relativos à isenção ou redução do imposto de renda.

Pessoas jurídicas que, no decorrer do ano-calendário, tenham efetuado o recolhimento mensal com base em estimativa.

Pessoas jurídicas que explorem as atividades de prestação cumulativa e contínua de serviços de assessoria creditícia, mercadológica, gestão de crédito, seleção e riscos, administração de contas a pagar e a receber, compras de direitos creditórios resultantes de vendas mercantis a prazo ou de prestação de serviços (*factoring*).

O período de apuração do IRPJ é trimestral, encerrado em 31 de março, 30 de junho, 30 de setembro e 31 de dezembro de cada ano-calendário. Opcionalmente, é possível apurar o imposto de renda mensalmente, determinado sobre a base de cálculo estimada. Nessa hipótese, deve-se fazer a apuração anual do Lucro Real em 31 de dezembro de cada ano-calendário.

2.6.2 Base de Cálculo para determinar o IRPJ e a CSLL no Lucro Real

A apuração da base de cálculo do IRPJ e CSLL no Lucro Real é o elemento mais complexo do Lucro Real.

A base de cálculo do IRPJ e da CSLL no Lucro Real será determinada a partir do lucro líquido do período de apuração, obtido na escrituração comercial (antes da provisão para o imposto de renda) e demonstrado no Livro de Apuração do Lucro Real (LALUR).

Para isso, deve-se observar que serão adicionados ao lucro líquido:

a) os custos, despesas, encargos, perdas, provisões, participações e quaisquer outros valores deduzidos na apuração do lucro líquido que, de acordo com a legislação tributária, não sejam dedutíveis na determinação do lucro real (exemplos: resultados negativos de equivalência patrimonial; custos e despesas não dedutíveis);

b) os resultados, rendimentos, receitas e quaisquer outros valores não incluídos na apuração do lucro líquido que, de acordo com a legislação tributária, devam ser computados na determinação do lucro real (exemplos: ajustes decorrentes da aplicação dos métodos dos preços de transferência; lucros auferidos por controladas e coligadas domiciliadas no exterior). (BRASIL, 1985, 2018).

Além disso, poderão ser excluídos do lucro líquido:

a) os valores cuja dedução seja autorizada pela legislação tributária e que não tenham sido computados na apuração do lucro líquido do período de apuração (exemplo: depreciação acelerada incentivada);

b) os resultados, rendimentos, receitas e quaisquer outros valores incluídos na apuração do lucro líquido que, de acordo com a legislação tributária, não sejam computados na determinação do lucro real (exemplos: resultados positivos de equivalência patrimonial; dividendos);

3) poderão ser compensados, total ou parcialmente, à opção do contribuinte, os prejuízos fiscais de períodos de apuração anteriores, desde que observado o limite máximo de trinta por cento do lucro líquido ajustado pelas adições e exclusões previstas na legislação tributária. O prejuízo compensável é o apurado na demonstração do lucro real de períodos anteriores e registrado no LALUR (Parte B).

Notas: O montante positivo do lucro real, base para compensação de prejuízos fiscais de períodos de apuração anteriores, poderá ser determinado, também, a partir de prejuízo líquido do próprio período de apuração, constante da escrituração comercial. (BRASIL, 1985, 2018).

E quanto às alíquotas e o adicional? Vejamos a seguir.

2.6.3 Alíquotas e adicional para determinar o IRPJ e a CSLL no Lucro Real

A alíquota e o adicional para determinar o IRPJ e a CSLL no Lucro Real estão elencados no quadro a seguir.

IMPOSTO	Descrição
IRPJ	15% / CSLL: 9% incidentes sobre a base de cálculo
Adicional de IR	10% sobre a parcela do lucro que exceder o valor resultante da multiplicação de R\$ 20.000,00 pelo número de meses do respectivo período de apuração.

Alíquotas e adicional

Fonte: Adaptada de Brasil (1998).

2.6.4 Período de Apuração para Cálculo do Lucro Real

A apuração do IR pelo Lucro Real pode ser feita de duas formas:

Real Trimestral

Por meio de balanço trimestral.

Real Anual

Por meio de estimativas mensais, de balanço de suspensão ou de redução e ainda com a apuração do Lucro Real Anual ao final do período de apuração

Vejamos como são calculados cada um.

2.6.5 Cálculo do Lucro Real Trimestral

Trata-se da pessoa jurídica terá que apurar o resultado tributável a cada trimestre. No Lucro Real trimestral, o lucro do trimestre anterior não pode ser compensado com o prejuízo fiscal de trimestres seguintes, ainda que dentro do mesmo ano-calendário.

O prejuízo fiscal só pode reduzir até o limite de 30% do Lucro Real dos trimestres seguintes. Os cálculos estão representados nos quadros a seguir.

ITEM

Lucro (ou prejuízo) líquido contábil antes de apurar o IRPJ

(+) Adições

(-) Exclusões

(=) LUCRO AJUSTADO

(-) Compensações (30%)

(=) LUCRO REAL OU PREJUÍZO FISCAL

ITEM	VALOR
Resultado Contábil	R\$ 431.445,21
(+) Total de adições	R\$ 174.864,87
(+) Total de exclusões	R\$ 34.175,00
(=) Base de cálculo Lucro Real antes das compensações	R\$ 572.135,08
(-) Compensação de prejuízo fiscal	R\$ 132.600,00
(=) Base de cálculo Lucro Real após compensações	R\$ 439.535,08
IRPJ 15%	R\$ 65.930,26
Adicional IR $(439.535,08 - 60.000,00) \times 10\%$	R\$ 37.953,51
IRPJ DEVIDO	R\$ 103.883,77

IRPJ – Lucro Real trimestral – apresentação dos itens

Fonte: Adaptada de Brasil (1998).

2.6.6 Cálculo por Estimativa no Lucro Real

O Lucro Real Anual será apurado no período de janeiro a dezembro de cada ano, por meio de estimativas mensais, e sua base de cálculo será determinada mediante a aplicação sobre a receita bruta auferida na atividade operacional (excluídas as vendas canceladas, os descontos incondicionais e impostos não cumulativos), dos percentuais apresentados no quadro a seguir.

ATIVIDADE DA PESSOA JURÍDICA GERADORA DA RECEITA BRUTA BASE DE ESTIMATIVA PARA OS PAGAMENTOS MENSAIS DO IMPOSTO DE RENDA	% APlicáveis SOBRE A RECEITA
Revenda para consumo de combustíveis derivados de petróleo, álcool etílico, carburante e gás natural	1,6
Venda de mercadorias ou produtos, exceto revenda de combustíveis para consumo	8
Prestação de serviços de transporte de cargas	8
Prestação dos demais serviços de transportes	16
Prestação dos demais serviços em geral, para os quais não esteja previsto percentual específico	32
<i>Factoring</i>	32
Instituições financeiras e entidades a ela equiparadas	16

Estimativa de cálculo do Lucro Real

Fonte: KPCB (2014, p. 96).

Apurada a base de cálculo, deve-se somar as demais receitas previstas em lei, conforme mostra o quadro a seguir.

ITEM	VALOR
Receita de vendas (R\$ 2.469.835,60 – R\$ 30.131,99 (devolução vendas)) x 8%	R\$ 195.176,29
Receita de vendas (R\$ 136.456,00 – R\$ 4.939,00 (descontos incondicionais)) x 32%	R\$ 42.085,44
(=) Total de receitas	R\$ 237.261,73
(+) Aluguéis	R\$ 46.242,00
(=) Lucro estimado (Base de cálculo IRPJ) IRPJ x 15%	R\$ 283.503,73 R\$ 42.525,56
Adicional IR (R\$ 283.503,73 – R\$ 20.000,00) x 10%	R\$ 26.350,37
IRPJ devido	R\$ 68.785,93
IRRF	(R\$ 1.972,75)
IRPJ A PAGAR	R\$ 66.903,18

IRPJ - Estimativa de Cálculo do Lucro Real

Fonte: KPCB (2014, p. 96).

2.6.7 PIS e COFINS no Lucro Real

No Lucro Real, o PIS e a COFINS serão efetuados pelo sistema não cumulativo incidente sobre a totalidade das receitas auferidas no mês, independentemente de sua denominação ou classificação contábil, que compreende a receita bruta de que trata o art. 12 do Decreto-Lei n. 1.598, de 1977, e todas as demais receitas auferidas pela pessoa jurídica, cujas alíquotas são respectivamente, de 1,65% e 7,6%, conforme disposto nas Leis n. 10.637/2002 e 10.833/2003.

Fique ligado



Para apuração da base de cálculo da Contribuição para o PIS/Pasep e da COFINS, serão admitidas algumas exclusões de valores, nos termos do art. 1º, §3º da Lei n. 10.637/2002 e art. 1º, §3º da Lei n. 10.833/2003.



Sobre os créditos de PIS/COFINS não cumulativo, nos termos do art. 3º das Leis n. 10.637/02 e 10.833/03, a pessoa jurídica pode descontar do valor do PIS e da COFINS créditos sobre determinados bens, insumos, custos e despesas.

Vamos, agora, estudar como funcionam as retenções do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS).

2.7 Instituto Nacional do Seguro Social (INSS): Retenções

A retenção de INSS não é obrigatória para todas as prestações de serviços, mas apenas com relação a serviços executados mediante cessão de mão de obra ou empreitada, inclusive em regime de trabalho temporário. Nesse caso, deve haver a retenção de 11% do valor bruto da nota fiscal ou da fatura de prestação de serviços.



O art. 115 da Instrução Normativa da Receita Federal do Brasil (RFB) n. 971/2009 determina o conceito de cessão de mão de obra.

A Instrução Normativa (IN) da Receita Federal n. 971/2009 dispõe nos arts. 117 e 118 uma lista dos serviços caracterizados como cessão de mão de obra ou empreitada.

Ainda nos termos do art. 191 da IN/RFB n. 971/2009, as ME e EPP optantes pelo Simples Nacional que prestarem serviços mediante cessão de mão de obra ou empreitada não estão sujeitas à retenção de INSS sobre o valor bruto da nota fiscal, da fatura ou do recibo de prestação de serviços emitidos.

Estão isentas as empresas de construção de imóveis e obras de engenharia em geral, inclusive sob a forma de subempreitada, execução de projetos e serviços de paisagismo, bem como decoração de interiores, serviço de vigilância, limpeza ou conservação e serviços advocatícios.

A seguir, vamos analisar como funciona a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE).

2.8 Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE)

A CONDECINE foi criada pela Medida Provisória n. 2.228-1/2001, com o objetivo inicial de custear as atividades da Agência Nacional do Cinema (ANCINE), nas atividades de fomento ao cinema e ao audiovisual desenvolvidas pelo Ministério da Cultura e do Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional (PRODECINE).

Nos termos do art. 32 da Medida Provisória n. 2.228-1/2001, a CONDECINE tem por fato gerador:

- a veiculação, a produção, o licenciamento e a distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas com fins comerciais, por segmento de mercado a que forem destinadas;
- a prestação de serviços que se utilizem de meios que possam, efetiva ou potencialmente, distribuir conteúdos audiovisuais nos termos da lei que dispõe sobre a comunicação audiovisual de acesso condicionado, listados no Anexo I desta Medida Provisória;
- 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. (BRASIL, 2001).

A CONDECINE também 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. Nessa hipótese, a CONDECINE será determinada mediante a aplicação de alíquota de 11%.

Estarão isentas do pagamento da CONDECINE as programadoras que optarem por aplicar o valor correspondente a 3% da remessa em projetos de produção de conteúdo audiovisual independente, aprovados pela ANCINE.

2.8.1 Contribuintes

O contribuinte é:

O detentor dos direitos de exploração comercial ou de licenciamento no país, conforme o caso, para os seguintes segmentos de mercado:

- salas de exibição;
- doméstico, em qualquer suporte;
- serviço de radiodifusão de sons e imagens;
- serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura;
- outros mercados, conforme anexo.

Empresa produtora, no caso de obra nacional ou detentor do licenciamento para exibição, no caso de obra estrangeira, na hipótese de obra publicitária cinematográfica ou videofonográfica, para cada segmento dos mercados previstos nas alíneas mencionadas no inciso I.

O responsável pelo pagamento, crédito, emprego, remessa ou entrega das importâncias 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.

As concessionárias, permissionárias e autorizadas de serviços de telecomunicações, relativamente à 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 Medida Provisória n. 2.228-1/2001.

O representante legal da programadora estrangeira no País, na hipótese de 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 na veiculação incluída em programação nacional.

Os valores de CONDECINE estão previstos nas tabelas constantes do Anexo I da Medida Provisória n. 2.228/2001.

Memoryboard

Neste capítulo, demonstramos aos empresários que atuam no setor audiovisual no Brasil os tributos aplicáveis aos diferentes tipos de sociedade no âmbito jurídico vigente, assim como os regimes tributários aplicáveis a cada tipo de sociedade no mercado audiovisual.

Esse conhecimento é importante e fundamental para que o empresário possa definir o modelo de negócio e o regime tributário mais apropriado à sua atividade.

3.

Trabalhista: definições das relações de trabalho



3 Trabalhista: definições das relações de trabalho

Autores: Luiz Eduardo Moreira Coelho e
João Paulo Morello

Atualizado por: Eduardo Pastore

Coordenação técnica: Gabriela Pires Pastore
e Marcos Augusto Pereira Lara

Objetivos

Neste capítulo, veremos as formas mais usuais de se contratar mão de obra no mercado audiovisual e suas particularidades. Em suma, nossa legislação trabalhista praticamente só conhece dois modelos de trabalho: com vínculo de emprego e sem vínculo de emprego.

Não há como negar que o ambiente do trabalho está sofrendo profundas e rápidas transformações, e este capítulo abordará o tema, fornecendo ao produtor informações para que possa encontrar a maneira mais adequada para a contratação de um profissional.

Vamos iniciar este capítulo ouvindo um *podcast*? Confira.



3.1 Empregado: art. 3º da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) (vínculo de emprego)

Considera-se empregado toda pessoa física que prestar serviços de natureza não eventual a empregador, sob dependência deste e mediante salário.

Quando o juiz do trabalho é provocado para declarar, por exemplo, se um trabalhador da economia criativa é ou não empregado, ele faz uma análise excludente-includente do art 3º da CLT, para concluir pela existência ou não do vínculo de emprego.

Assim, em termos gerais, segundo o art. 3º da CLT, para que haja o vínculo de emprego, é necessário o preenchimento dos seguintes requisitos:



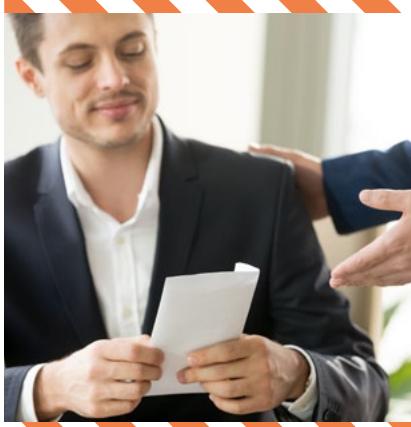
Habitualidade

Que determina a relação contínua e duradoura entre empregado e empregador, isto é, não pode ser eventual.



Pessoalidade

Vínculo pessoal do empregado, isto é, somente aquela pessoa pode exercer aquela função, não podendo se fazer substituir por sua própria vontade.



Onerosidade

O trabalho prestado pelo empregado é devidamente remunerado.



Subordinação

O empregado se sujeita ao cumprimento de ordens e direcionamento do empregador, por meio da observação de metas, horários, funções, controles, entre outras formas.

Desse modo, o juiz do trabalho pode seguir dois caminhos: uma análise excludente ou includente dos elementos acima referidos.

Na análise excludente, o magistrado vai eliminando os requisitos do vínculo de emprego, concluindo pela inexistência dele, caso o fato concreto assim demonstrar.

Na análise includente, o juiz do trabalho vai incluindo os elementos do vínculo de emprego, para verificar se a realidade aponta a presença destes.

E quando há a presença parcial dos elementos do vínculo de emprego?

Insights



Para a contratação do trabalho artístico, por exemplo, há a atração natural de um dos elementos que identifica o vínculo de emprego: a pessoalidade, já que aquele trabalhador, que é o artista, detentor de qualidades artísticas determinadas, é contratado justamente por possuí-la.

No entanto, como fica, em um caso prático, a seguinte questão?

Se há, por exemplo, a pessoalidade, por conta de se estar contratando um trabalhador com qualidades artísticas peculiares/pessoais, mas não há a necessidade de subordiná-lo, visto que, justamente por deter qualidades artísticas, exerce suas atividades com autonomia, como compreendê-lo como empregado?

As questões aqui postas é um dos desafios do direito do trabalho, visto que o art. 3º da CLT não dá conta de respondê-la.

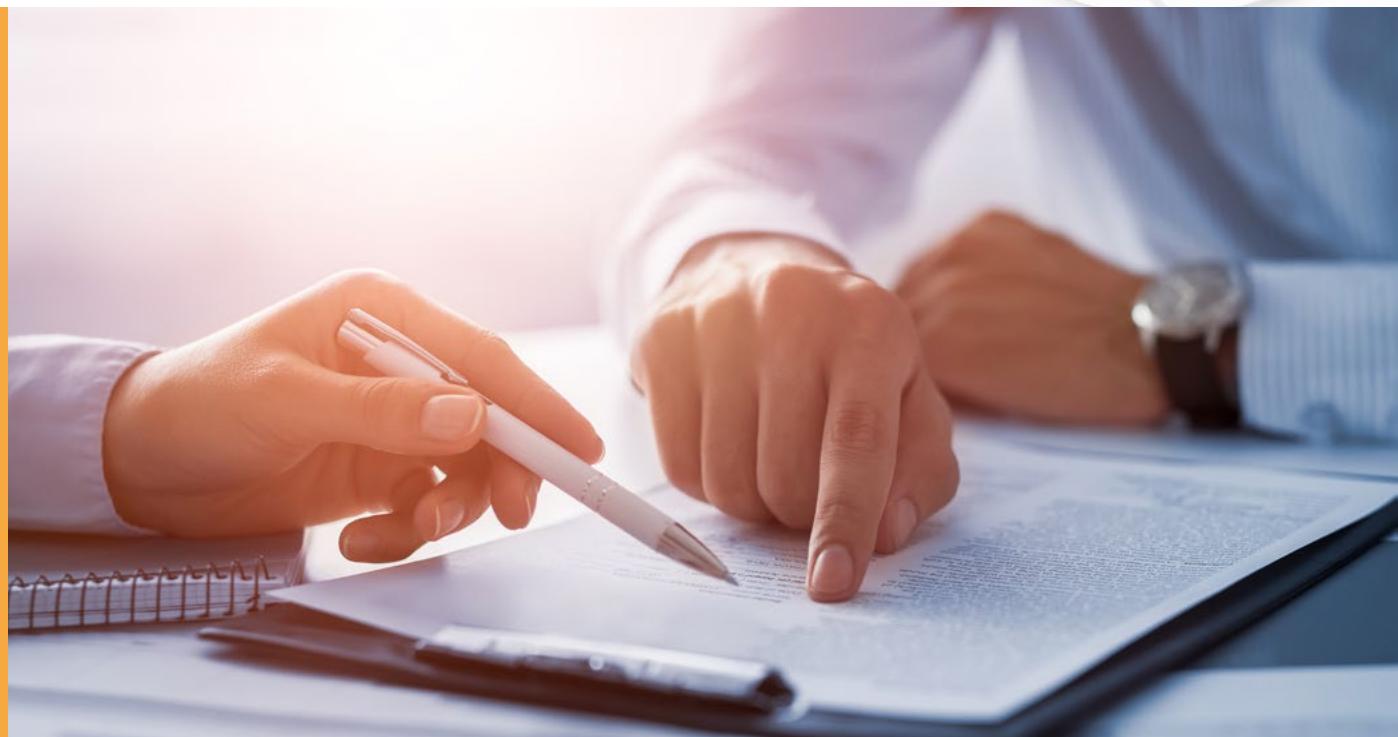
Acreditamos que, nesse caso, deve-se presumir pela inexistência dos trabalhos com vínculo de emprego, visto que não estão presentes todos nem estão concomitantes os elementos que configuram o trabalho-emprego.

Vejamos, a seguir, o que ocorre com a prestação de serviços.

3.2 Prestação de Serviços

Quem compra serviços não compra mão de obra. A venda de serviços pode ser feita mediante a entrega de um serviço previamente contratado, com qualidade e perfeição técnica, exigidas no memorial de atividades, a serem desenvolvidas por quem o prestar, mas sem os requisitos do vínculo de emprego, portanto, de natureza civil. Possui natureza civil e não trabalhista.

Além disso, o serviço pode ser executado pelo contratado. Há que se notar que, na contratação de serviços, pode ou não existir a pessoalidade, um dos requisitos do vínculo de emprego, sem que ela reflita o trabalho na modalidade emprego.



O contratante, mesmo na condição de prestador de serviços, só **não pode ser/estar subordinado aos comandos** de quem contrata seus serviços – sob o conceito de subordinação jurídica. E aqui se trata de um dos aspectos que mais vulnerabilizam os contratantes de serviços por meio de pessoas jurídicas. Isso porque o direito do trabalho é regido pelo princípio da primazia da realidade.

Se a realidade mostra que o prestador de serviços realiza suas atividades, sob a dependência, o controle e o mando do contratante de seus serviços, ou seja, mediante a subordinação jurídica, esse fato é suficiente para descharacterizar a natureza civil desta relação, impondo-se o vínculo de emprego.

Fique por dentro



Há que se consolidar que muitas vezes a prestação de serviços é realizada mediante pessoalidade, ou seja, a contratação daquela determinada pessoa, que é a que vai executar as tarefas. O que não se pode considerar é que essa pessoalidade esteja vinculada à subordinação jurídica trabalhista. Pode haver, portanto, o requisito da pessoalidade na execução de suas tarefas, porém não deverá haver a subordinação direta.

Há, portanto, a possibilidade de contratação de pessoas jurídicas para executar determinado trabalho, desde que efetivamente esteja no âmbito da prestação de serviços. Pessoas jurídicas são prestadoras de serviços sem vínculo de emprego.

Pessoa jurídica é uma entidade formada por indivíduos e reconhecida pelo Estado como detentora de direitos e deveres. Representa um sujeito abstrato, como as empresas, as associações que executam suas atividades longe do vínculo de emprego.

Vejamos como essas mesmas características se aplicam ao trabalhador autônomo.

3.3 Trabalhador autônomo: art. 442-B da CLT

A contratação do autônomo, cumpridas por este todas as formalidades legais, com ou sem exclusividade, de forma contínua ou não, afasta a qualidade de empregado prevista no art. 3º da CLT – art. 442-b da CLT.

O novo trabalhador autônomo (Lei n. 13.467/2017), pode possuir três dos quatro requisitos da relação de emprego. Só não pode ser/estar subordinado aos comandos do empregador – dentro do conceito de subordinação jurídica. Inclusive, pode haver o requisito da pessoalidade na execução de suas tarefas, tal como prevê o art. 3º da CLT, ou seja, contrata-se determinado trabalhador para executar as atividades, com habitualidade, comparecendo com frequência nas dependências do tomador de seus serviços.

O novo trabalhador autônomo – art. 442-B da CLT – **não pode estar subordinado aos tomadores de seus serviços**, no que tange à execução de suas atividades laborativas, sob pena de, nesse caso, ser considerado empregado de quem o contrata. Trata-se de contratação direta com quem dirige e coordena as atividades do trabalhador, que, nesse caso, será considerado empregado (vínculo empregatício caracterizado).

É vedada a celebração de cláusula de exclusividade no contrato de prestação de serviços do autônomo, embora não se caracterize, presumivelmente, na qualidade de empregado prevista no art. 3º da CLT, o fato de o trabalhador autônomo prestar serviços a apenas um tomador de serviços – art. 442 B.

O magistrado trabalhista, no caso de ser acionado para identificar se há o vínculo de emprego ou não, investigará a condição da exclusividade do trabalho executado para um único tomador de serviços, identificando a natureza jurídica desta atividade para compreender se se trata de exclusividade contida no art. 442-B da CLT, atrelada à prestação de serviços, ou relacionada com o art. 3º da CLT, que estabelece a fidúcia (a confiança na relação empregado-empregador) que se presta como elemento caracterizador do vínculo de emprego.

Fique ligado

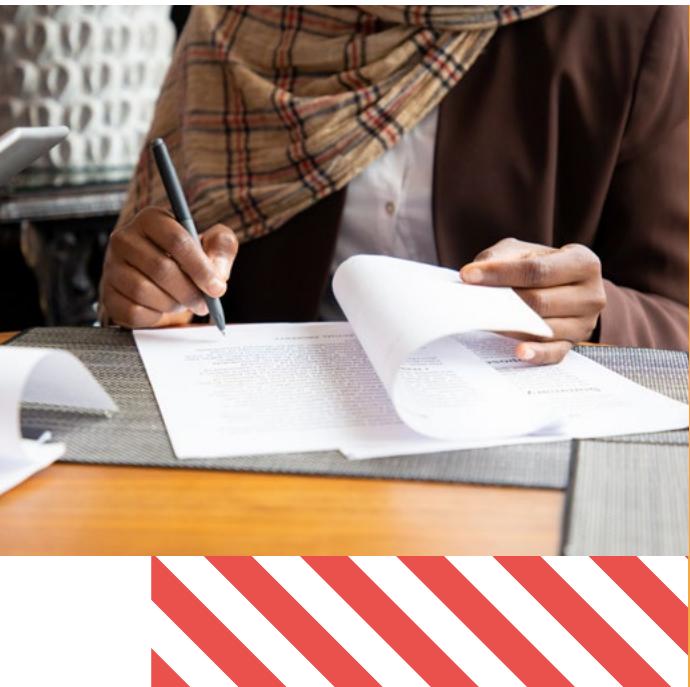


A Lei n. 13.467/2017, art. 442-B, dispõe que “Presente a subordinação jurídica, será reconhecido o vínculo empregatício.”



Para a prevenção de riscos nas contratações de prestações de serviços de pessoas jurídicas e do trabalhador autônomo, deve-se:

- desenvolver programas de treinamento interno, a fim de evitar qualquer postura de direção, fiscalização ou controle;
- não supervisionar, controlar ou dirigir os serviços de forma direta = subordinação trabalhista;
- não contratar com exclusividade = dependência econômica;
- a parceria deverá sempre ser realizada por meio de contrato escrito;
- desenvolver a cultura do trabalho coordenado em detrimento do trabalho subordinado;
- cláusulas assecuratórias: inclusão de normas para garantir desempenho, produtividade e qualidade do terceiro.



No objeto do Contrato, deve conter:

- finalidade contratual (serviços a serem prestados);
- metas (incluir um memorial descritivo) ou cronograma de serviços;
- exclusão da cláusula de exclusividade;
- inclusão de cláusula que menciona que os serviços serão desenvolvidos com equipamentos próprios do trabalhador;
- inclusão de cláusula que menciona que os serviços serão prestados sem local e horário definidos pelo trabalhador;
- relatório de atividades;
- periodicidade de informações.

Isso significa dizer que **nem todo trabalhador é empregado, mas todo empregado é trabalhador.**

Emprego é espécie do gênero trabalho. Empregado é aquele trabalhador com vínculo de emprego; é trabalhador que possui relação de trabalho subordinado, nos moldes do art. 3º da CLT, conforme mencionado.

3.4 Trabalho Intelectual: Lei do Bem

É a pessoa física ou jurídica que, por meio de seus sócios e/ou colaboradores, presta serviços de caráter intelectual, inclusive os de natureza científica, artística ou cultural.

Neste ponto, nos importa o regramento disposto no art. 129 da Lei n. 11.196/2005, conhecida por Lei do Bem. Esse artigo dispõe que:

“Para fins fiscais e previdenciários, a prestação de serviços intelectuais, inclusive os de natureza científica, artística ou cultural, em caráter personalíssimo ou não, com ou sem a designação de quaisquer obrigações a sócios ou empregados da sociedade prestadora de serviços, quando por esta realizada, se sujeita tão somente à legislação aplicável às pessoas jurídicas, sem prejuízo da observância do disposto no art. 50 da Lei n. 10.406, de 10 de janeiro de 2002 - Código Civil. (BRASIL, 2005).

Esse dispositivo é uma verdadeira revolução no âmbito das relações do trabalho no que se refere à prestação de serviços nessa modalidade de trabalho para funções artísticas e intelectuais, mesmo contendo alguns dos requisitos do trabalho com vínculo de emprego, como a pessoalidade e habitualidade, já que está se comprando serviço de caráter personalíssimo, que pressupõe a identificação de determinado trabalhador que vai realizar sua atividade. Ainda assim, não há que se falar em trabalho com vínculo de emprego, uma vez que o elemento subordinação não se faz presente no desenvolvimento das funções.

Nesse sentido, vale destacar que a prestação destes serviços intelectuais se caracteriza com certa autonomia pelo trabalhador, afastando, assim, a relação de emprego, uma vez que ausente a subordinação.

Fique ligado



É importante ressaltar que esta regra não vale para os todos os trabalhadores do setor audiovisual – da indústria criativa. Será somente válida para aqueles que vendem sua força laborativa intelectual, artística ou cultural.

Isso significa que posições e cargos meramente técnicos, sem que haja a característica da intelectualidade e/ou artisticidade, não estão abarcadas pela regra do art. 129 da Lei do Bem.

3.5 Trabalhador segundo a Lei n. 6.533/1978 (Lei dos Artistas e de Técnico em Espetáculos de Diversões)

São artistas e técnicos aqueles que participam da produção de obras audiovisuais, exceto aqueles que prestam serviços para empresas de radiodifusão cuja profissão é regulamentada por lei própria.

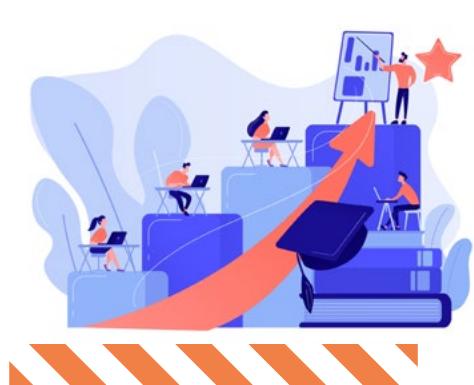
3.5.1 Considerações sobre a Lei n. 6.533/1978 e o Decreto n. 82.385/1978

A Lei n. 6.533/1978 e o Decreto n. 82.385/1978 dispõem sobre a regulamentação das profissões de artistas e técnicos de espetáculos de diversões, incluindo o audiovisual. A seguir, destacam-se alguns pontos principais a serem observados, pelas produtoras, para contratação destes profissionais.

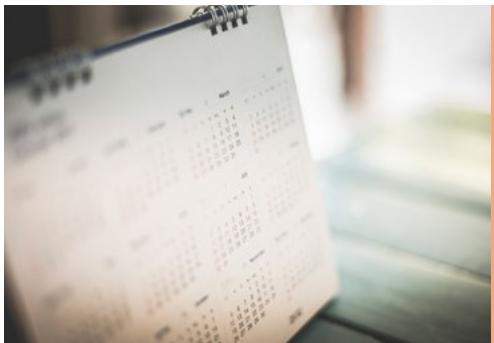
A lei se aplica às pessoas físicas ou jurídicas que tiverem a seu serviço artistas e técnicos ou agenciem a colocação de mão de obra desses profissionais; e devem obrigatoriamente ser registradas no Ministério do Trabalho/Economia.

3.6 Requisitos dos contratos: artistas e técnicos

A contratação desses profissionais deve seguir todas as previsões contidas nas convenções coletivas aprovadas nos respectivos sindicatos; deve conter, obrigatoriamente:



A qualificação das partes contratantes.



O prazo de vigência e/ou o número de diárias, quando aplicável.



A função, com definição das respectivas obrigações.



O título da obra audiovisual, ainda que provisório, com indicação do personagem.



Os locais (cidade/estado/país) onde atuará o contratado.



A jornada de trabalho, com especificação do horário e intervalo de repouso.



A remuneração e a forma de pagamento.



A disposição sobre eventual inclusão do nome do contratado no crédito de apresentação e cartazes, impressos e programas.



O dia de folga semanal.



O ajuste sobre viagens e deslocamentos.



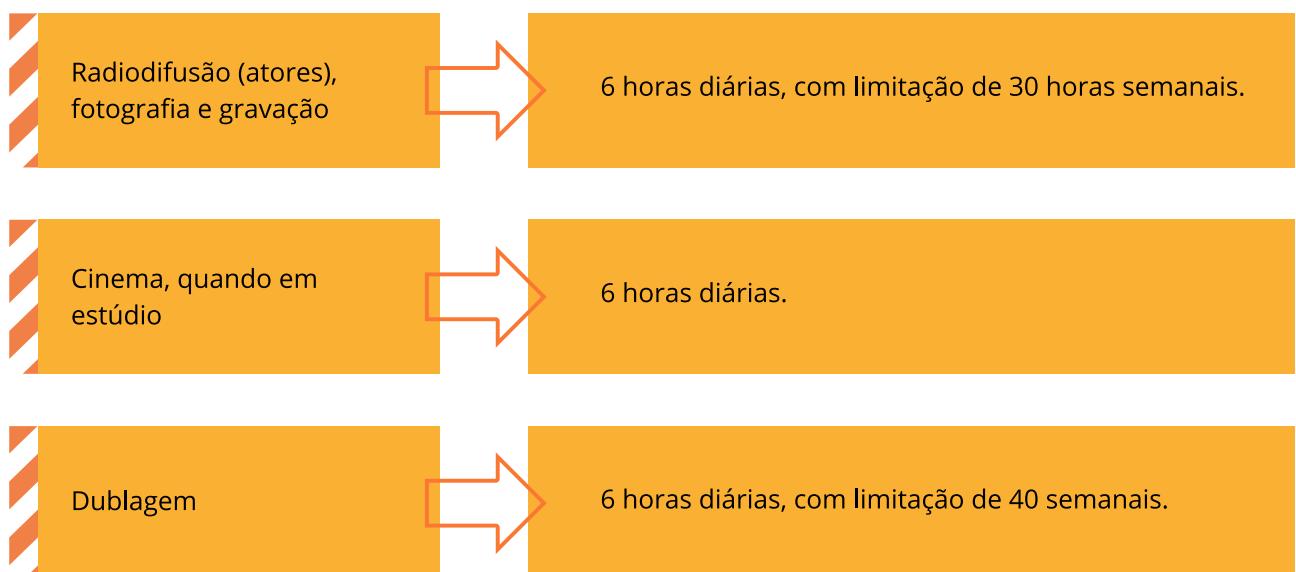
O período de realização dos trabalhos complementares, inclusive dublagem, quando posteriores à execução do trabalho de interpretação, objeto do contrato

Os contratos e as notas contratuais devem ser celebrados, assinados e enviados ao respetivo sindicato e vistados por ele em até 15 (quinze dias) da data de início das filmagens, conforme convenção coletiva da categoria, cláusula 68. Posteriormente, deve ser enviado pelo Sindicato dos Trabalhadores na Indústria Cinematográfica e do Audiovisual (SINDCINE) o boleto para o pagamento de taxa de administração: atualmente no valor de 1% (um por cento) do valor fixado em todos os contratos mediante pagamento de retribuição específica e fornecimento de documentos complementares.

O procedimento e as regras para o envio dos contratos, para vistoria e posterior envio para registro no Ministério do Trabalho, variam de acordo com a organização de cada sindicato, podendo ocorrer variações no valor das taxas cobradas, no tempo exigido para envio (antes ou depois do início das atividades) e nos documentos exigidos, bem como na necessidade de contratação de seguro específico etc.

3.7 Jornada

A figura a seguir mostra a jornada regular de trabalho com o número de horas diárias e o máximo de horas semanais, nas categorias: radiodifusão, fotografia, gravação, cinema e dublagem. Essas são as regras gerais, porém há que se observar as regras específicas contidas nas convenções coletivas de trabalho.

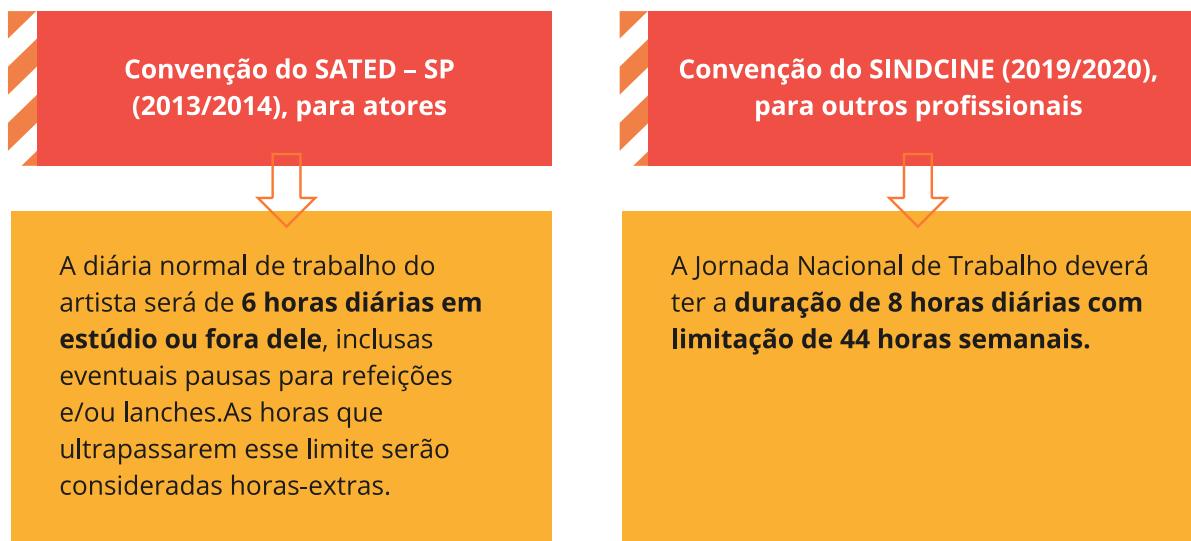


Jornada normal de trabalho

Fonte: Adaptada de Brasil (1998).

Com a reforma trabalhista, Lei 13.467/2017, a definição de tempo à disposição do empregador mudou. Agora, somente o período em que o trabalhador está exercendo suas funções é considerado jornada laboral. Qualquer outra atividade pessoal realizada dentro da empresa não se encaixa mais nesse trecho da legislação – mesmo que seja algo diretamente relacionado ao trabalho, como uma pausa para colocar luva, máscara ou aventais, por exemplo.

Para o caso de profissionais envolvidos em filmagens externas, a jornada pode variar de acordo com os dispositivos das convenções de trabalho dos respectivos sindicatos, conforme exemplificado na figura a seguir.



Jornada de trabalho segundo o SATED –SP e SINDCINE.

Fonte: Adaptada de Brasil (1998).

Quando o trabalho for executado fora do local constante do contrato de trabalho, além do salário, as despesas de transporte, alimentação e hospedagem até o respectivo retorno correrão por conta do empregador.

Além do cumprimento das respectivas obrigações trabalhistas, o empregador deve fornecer figurino e demais recursos indispensáveis ao cumprimento das tarefas.

3.8 Trabalho E eventual

As contratações para prestação de serviço eventual, com duração de até sete dias corridos, podem ser utilizadas mediante nota contratual, sem a necessidade de registro na Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS) do trabalhador, ficando vedada a utilização do mesmo profissional nos 60 dias subsequentes pelo mesmo empregador.

Fique ligado



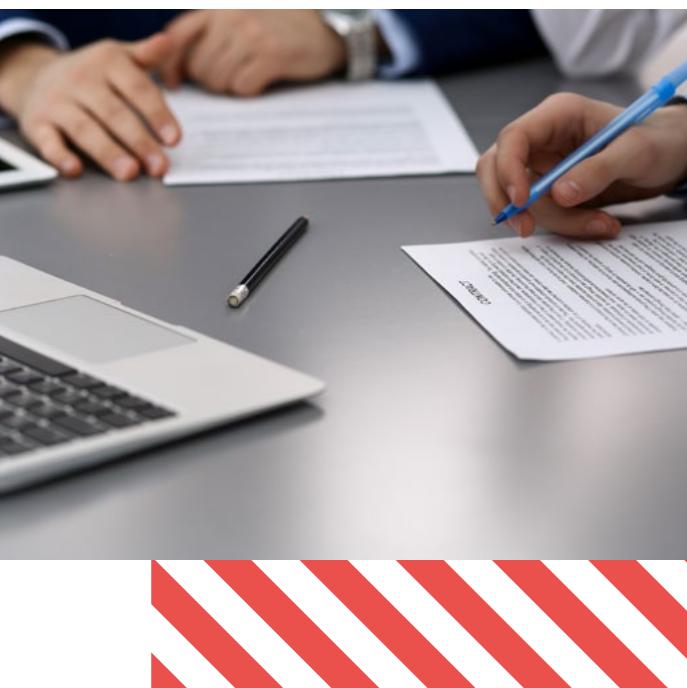
Para outras contratações, deve ser celebrado um contrato por prazo determinado ou indeterminado, conforme o caso.



O então Ministério do Trabalho emitiu duas portarias aprovando modelos de contratação mediante nota contratual por prazo determinado e indeterminado, conforme explicado a seguir.

3.8.1 Itens principais da Portaria n. 3.405/1978 – Modelo de Contrato de Trabalho

Essa Portaria aprova modelos de contrato de trabalho por tempo determinado, em seu Anexo I, e por tempo indeterminado, em seu Anexo II, que devem ser utilizados para contratos de artistas/técnicos em espetáculos de diversões.



O instrumento do contrato de trabalho é emitido com numeração sucessiva, em ordem cronológica e em quatro vias, com a seguinte destinação:

- primeira via empresa;
- segunda via profissional contratado;
- terceira via ministério do trabalho;
- quarta via sindicato.

O salário deve ser pago mensal, semanalmente ou em outra modalidade.

3.8.2 Itens Principais da Portaria n. 3.406/1978 – Modelo de Nota Contratual

A Portaria aprova modelos de nota contratual para contratação de artista/técnicos em espetáculos de diversões e para prestação de serviço caracteristicamente eventual por parte desses profissionais.

A Nota Contratual prevista no art. 12 da Lei n. 6.533/1978 constitui instrumento de contrato de prestação de serviços e supre o registro referido no art. 41 da CLT, devendo a empresa conservar a primeira via para fins de fiscalização do trabalho.

Fique ligado



A remuneração devida pela prestação de serviços ajustada na nota contratual deve ser paga nos cinco dias úteis subsequentes ao término da prestação de serviços.

A nota contratual é emitida com numeração sucessiva e em ordem cronológica pela empresa, devendo ser preenchida em quatro vias, com a seguinte destinação:

- primeira via empresa;
- segunda via profissional contratado;
- terceira via ministério do trabalho;
- quarta via sindicato.

A empresa remeterá ao Ministério do Trabalho e ao sindicato do artista/técnicos em espetáculos de diversões, até o dia 10 de cada mês, as terceiras e quartas vias, respectivamente, das notas contratuais firmadas no mês anterior e, senão houver, à federação respectiva.

Memoryboard

As atuais modalidades de trabalho servem para uma parcela cada vez menor de trabalhadores e empregadores. Tratar dessa realidade sob o ponto de vista legal ainda é um desafio, porém é importante notar que cada vez mais a sociedade como um todo, inclusive a Justiça do Trabalho, está se conscientizando que nem todo trabalhador é empregado. Um exemplo disso é a Lei do Bem, uma verdadeira revolução no âmbito das relações do trabalho.

Nota-se que, na atualidade, o ponto mais relevante para que se tenha um vínculo de emprego reconhecido, pela justiça, se dá em torno do conceito de subordinação.

CAPÍTULO 4

4.

Civil: teoria geral dos contratos



4 Civil: teoria geral dos contratos

Autores: Alexandre Motta Ordóñez, Camilla Relva Restelli, Carolina Chammas Narchi, Gabriela Pires Pastore, João Paulo Morello e Thiago Macedo Clayton

Atualizado por: Gabriela Pires Pastore e Marcos Augusto Pereira Lara

Coordenação técnica: Gabriela Pires Pastore e Marcos Augusto Pereira Lara

Objetivos

O objetivo deste capítulo é demonstrar a importância dos contratos nas relações empresariais e a necessidade de observar os requisitos essenciais e particulares de cada negócio jurídico. O intuito é que as partes estabeleçam um acordo de vontades viável e que resguarde os direitos de todos, dentro dos aspectos legais vigentes.

Vamos iniciar este capítulo ouvindo um *podcast*? Confira.



4.1 Conceito e finalidade dos contratos

O contrato é um acordo de vontades em que as partes se encontram em posição horizontal, para que haja equilíbrio; devem agir com boa fé, cooperação, lealdade, com o fim de adquirir, resguardar, modificar ou extinguir direitos. É um negócio jurídico e, dessa forma, para que possua validade no mundo jurídico, precisa cumprir alguns requisitos essenciais de acordo com o Código Civil. Confira.

Requisitos subjetivos (vinculados às partes contratantes)

Manifestação de duas ou mais vontades e capacidade genérica dos contraentes; aptidão específica para contratar e o consentimento.

Requisitos objetivos (objeto do contrato)

Deve ter agente capaz, objeto lícito, possível, determinado ou determinável, forma prescrita ou não defesa em lei (art.104, inciso II, Código Civil).

As partes podem celebrar o contrato por escrito (público ou particular) ou verbalmente, a não ser nos casos em que a lei, para dar maior segurança ao negócio, exija a forma escrita, pública ou particular. O consensualíssimo é a regra; e o formalismo, a exceção. Contudo, nos dias de hoje, tendo em vista a dinâmica a atendimentos à legislação, por exemplo, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), faz-se imprescindível os termos por escrito, que são os mais usuais.

Fique ligado



Os negócios jurídicos sobre os direitos autorais são interpretados restritivamente. Assim, qualquer cessão, concessão, licenciamento ou autorização depende de autorização prévia e expressa do titular de direitos.

Vejamos, agora, qual a função social dos contratos.

4.2 Função social dos contratos

A função social do contrato teve sua origem na função social da propriedade, sendo que esta última está prevista como um dos princípios previstos no art. 5º da Constituição Federal.

Assim, a função social do contrato tem a finalidade de limitar a autonomia da vontade quando tal autonomia encontra-se em confronto com o interesse social. Esse interesse deve prevalecer, ainda que essa limitação possa atingir a própria liberdade de contratar. O art. 421 do Código Civil define que “a liberdade de contratual será exercida nos limites da função social do contrato.” (BRASIL, 2002).

Dessa forma, a função social preconiza que as obrigações oriundas dos contratos valem não apenas porque as partes as assumiram voluntariamente, mas também porque interessa à sociedade a tutela da situação objetivamente gerada por suas consequências econômicas e sociais.

Fique ligado



É importante frisar que a livre manifestação de vontade permanece como elemento essencial à formação contratual. Contudo, tendo-se em vista que a possibilidade de manifestação de uma vontade plena é uma prática social cada vez mais rara, faz-se necessário que ela não seja usada como único elemento. Por isso, é indispensável que a função social também seja observada no ciclo vital contratual de sua formação e execução.

Nesse sentido, a observância da função social em cada um desses atos é um pressuposto de eficácia, validade e perfeição do ato final (norma). Assim, contratar não é simplesmente assinar um documento, mas observar etapas procedimentais e sua abrangência.

4.3 Princípio da autonomia da vontade

Tradicionalmente, as pessoas são livres para contratar. Essa liberdade abrange o direito de contratar se quiserem, com quem quiserem e sobre o que quiserem, ou seja, o direito de contratar e de não contratar, de escolher a pessoa com quem fazê-lo e de estabelecer o conteúdo do contrato, observando os requisitos legais.



O princípio da autonomia da vontade se alicerça exatamente na ampla liberdade contratual e no poder dos contratantes em disciplinar os seus interesses mediante acordo de vontades, suscitando efeitos tutelados pela ordem jurídica.

Dessa forma, as partes têm a faculdade de celebrar ou não contratos, sem qualquer interferência do Estado. Como visto, esse princípio não é absoluto, pois a liberdade de contratar deve estar em consonância com a função social do contrato.

4.4 Princípios da obrigatoriedade contratual e revisão dos contratos

O contrato obriga os contraentes, os quais não podem se arrepender, revogá-lo, modificá-lo ou descumpri-lo, senão por mútuo acordo.

Insights



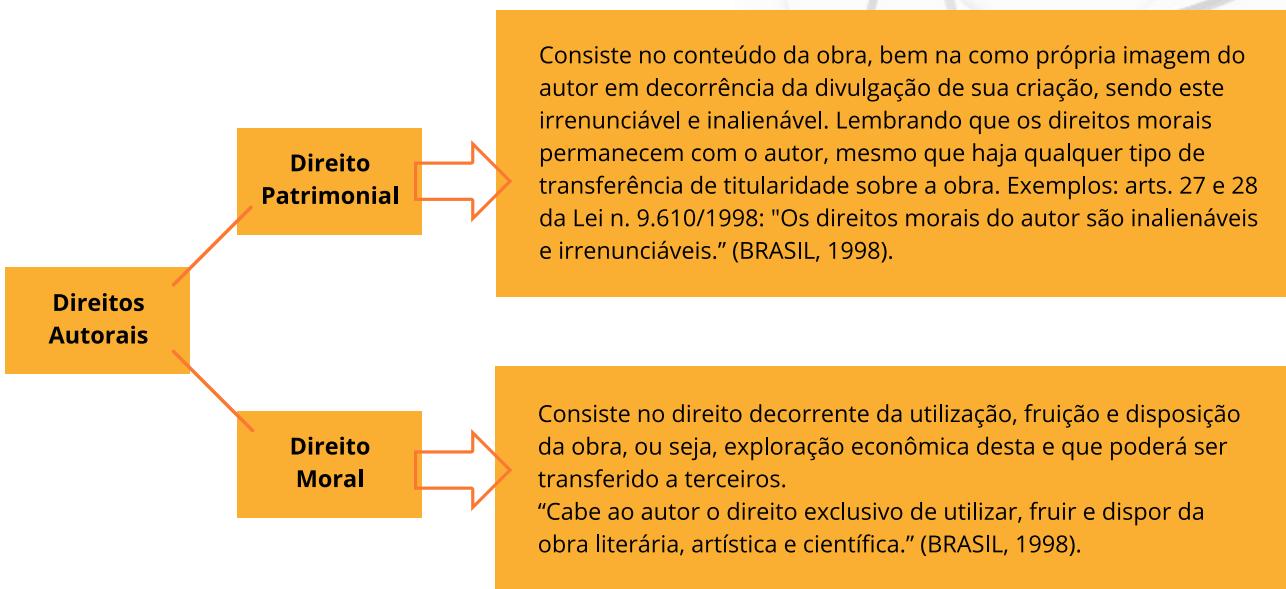
O direito de revisão dos contratos se opõe à obrigatoriedade, permitindo que a parte onerada excessivamente por situações imprevisíveis, tais como eventos de caso fortuito ou força maior, requeira a modificação de cláusulas contratuais para restaurar o equilíbrio da relação contratual. É a chamada cláusula *rebus sic stantibus*.

Nesse sentido, o art. 422 do Código Civil determina que “os contratantes são obrigados a guardar, assim na conclusão do contrato, como em sua execução, os princípios de probidade e boa-fé.” (BRASIL, 2002).

Cabe destacar que o princípio da boa-fé exige que as partes se comportem de forma correta não só durante as tratativas, como também durante a formação e o cumprimento do contrato.

4.5 Formatação dos Instrumentos de transferência de direitos autorais

Primeiramente, vale salientar que existem duas espécies de direito de autor (direitos autorais): moral e patrimonial, conforme mostra a figura a seguir.



Espécies de direitos autorais

Fonte: Adaptada de Brasil (1998).

Os contratos de transferência de direitos patrimoniais autorais poderão ser celebrados somente para modalidades de utilização existentes, devendo constar, pelo menos, os seguintes itens:

- qualificação dos autores ou titulares;
- identificação da obra;
- tipo de transferência (licença, cessão, concessão ou autorização);
- gratuidade ou onerosidade;
- direitos e usos autorizados e transferidos;
- prazo de duração da autorização;
- territórios onde estes usos podem ser exercidos;
- idiomas para os quais a obra poderá ser traduzida, caso haja; e
- exclusividade ou não da autorização.

Além disso, é necessário observar outros pontos específicos, caso os contratos de transferência de direitos autorais não tratem expressamente sobre. Confira.



Prazo

A transferência de direitos será considerada apenas pelo prazo de cinco anos, ainda que tenha sido acordada de forma diferente.

Território

A cessão é válida unicamente para o território em que o acordo foi assinado.

Gratuidade

O contrato de cessão presume-se oneroso.

Modalidades de utilização

O contrato só poderá incluir modalidades de utilização já existentes à data da assinatura do contrato. Caso não haja estipulação escrita nesse sentido, a transferência será restringida, unicamente, para a modalidade que for considerada indispensável ao cumprimento da finalidade do contrato.

Cessão de obras futuras

Para cessão dos direitos de autor sobre obras futuras (ainda não existentes), o prazo da cessão é de, no máximo, cinco anos, não sendo válidas cláusulas contratuais que prevejam um tempo indeterminado ou superior.

Interpretação restritiva

A Lei de Direitos Autorais (Lei n. 9.610/1998) é interpretada restritivamente, assim, a principal função desse contrato é a especificação detalhada de todos os direitos e modalidades de uso que estão sendo transferidos em relação à obra, conforme mencionado, além de quaisquer outras especificações da negociação, pois, em caso de dúvida, somente o que constar expressamente do contrato será levado em consideração.

Por ora, serão tratadas apenas a licença e a cessão, que são os tipos mais utilizados nos contratos envolvendo produtoras audiovisuais de conteúdo, conforme ilustra a figura a seguir.

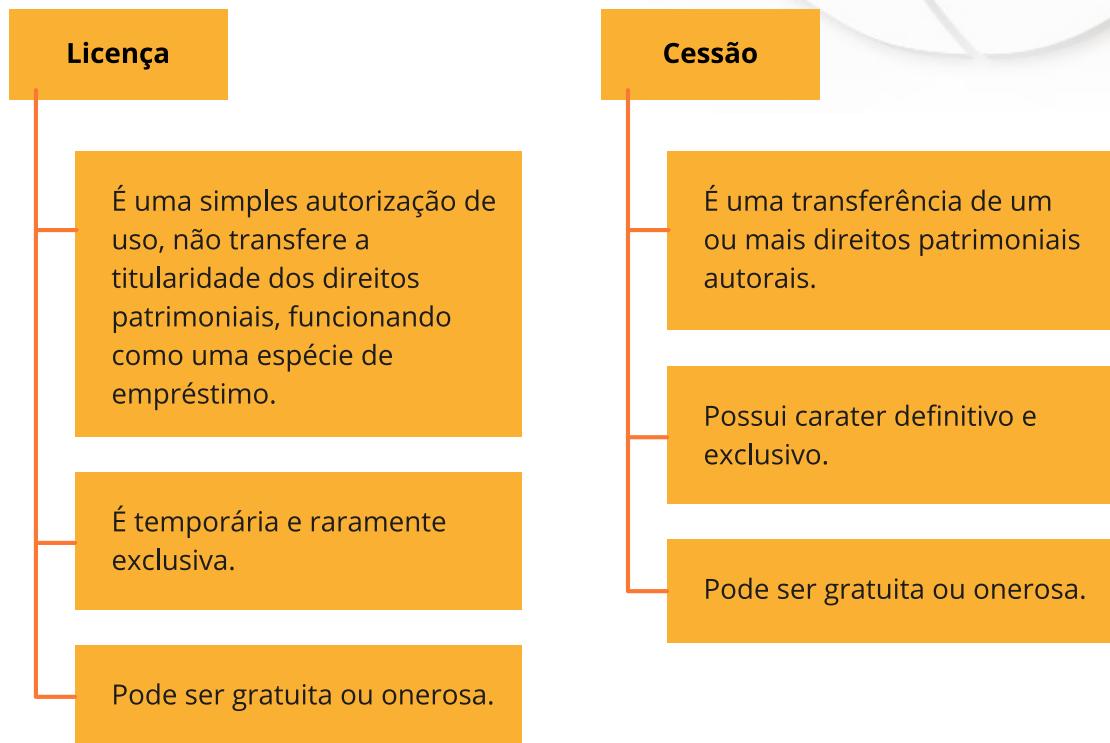


Figura 9: Licença e cessão de direitos

Fonte: Adaptada de Brasil (1998).

Dessa forma, caso haja cessão de direitos, vale dizer que a transferência pode ser total ou parcial, conforme estipulado na Lei n. 9.610/98:

Art. 49. I - a transmissão total compreende todos os direitos de autor, salvo os de natureza moral e os expressamente excluídos por lei;

Art. 49. II - somente se admitirá transmissão total e definitiva dos direitos mediante estipulação contratual escrita (BRASIL, 1998).

Confira a diferença entre a transferência total e parcial.



Transferência total

Ocorre, por exemplo, quando o autor de um livro transfere todos os direitos patrimoniais de exploração da obra literária para outra pessoa. Nesse caso, o escritor não poderá mais explorar aquela obra de nenhuma forma. Os contratos com transferência total e definitiva devem ser realizados somente por escrito.



Transferência parcial

Ocorre, por exemplo, quando o autor de um livro transfere à produtora apenas o direito de adaptação da obra literária para obra audiovisual. Nesse caso, trata-se de transferência parcial de direitos, pois o direito de exploração da obra literária permanecerá com o autor.

É importante destacar que o autor tem o direito moral de ter seu nome divulgado na lista de créditos da obra. A não divulgação de créditos ou a ausência deles não significa que a obra é anônima ou que houve cessão de direitos patrimoniais autorais.

As informações sobre a elaboração de contratos envolvendo a transferência de direitos patrimoniais são tratadas com detalhes na Trilha 2 deste módulo.

Os direitos patrimoniais autorais, por sua vez, ocorrem, por exemplo, quando o roteirista cede à produtora todos os direitos patrimoniais autorais sobre um roteiro para que esta possa explorar, economicamente, a obra audiovisual.

Memoryboard

Neste capítulo, conhecemos o conceito, a finalidade, a função e os princípios dos contratos. Analisamos como se dá a transferência dos direitos patrimoniais autorais e a importância da formatação dos instrumentos que abrangem os direitos envolvidos numa obra audiovisual, visto que a Lei de Direitos Autorais é interpretada restritivamente.

CAPÍTULO 5

5.

Lei de Direitos Autorais



5 Lei de Direitos Autorais

Autores: Alexandre Motta Ordóñez, Camilla Relva Restelli, Carolina Chammas Narchi, Gabriela Pires Pastore, João Paulo Morello e Thiago Macedo Clayton

Atualizado por: Gabriela Pires Pastore e Marcos Augusto Pereira Lara

Coordenação técnica: Gabriela Pires Pastore e Marcos Augusto Pereira Lara

Objetivos

O objetivo deste capítulo é demonstrar quais são as obras intelectuais protegidas pela legislação brasileira. Vamos abordar também a diferença entre titularidade e autoria das obras individuais e as penalidades da utilização indevida.

Além disso, veremos o conceito de domínio público e o prazo máximo de proteção legal das obras no Brasil.

5.1 Direitos autorais

Os direitos autorais tratam de um conjunto de normas legais e prerrogativas morais e patrimoniais para a proteção das criações de espírito conhecidas, expressas por quaisquer meios ou fixadas em quaisquer suportes, tangíveis ou intangíveis.

São obras intelectuais protegidas, segundo o art. 7º da Lei n. 9.610/1998:

- I** - os textos de obras literárias, artísticas ou científicas;
- II** - as conferências, alocuções, sermões e outras obras da mesma natureza;
- III** - as obras dramáticas e dramático-musicais;
- IV** - as obras coreográficas e pantomímicas, cuja execução cênica se fixe por escrito ou por outra qualquer forma;
- V** - as composições musicais, tenham ou não letra;
- VI** - as obras audiovisuais, sonorizadas ou não, inclusive as cinematográficas;
- VII** - as obras fotográficas e as produzidas por qualquer processo análogo ao da fotografia;
- VIII** - as obras de desenho, pintura, gravura, escultura, litografia e arte cinética;
- IX** - as ilustrações, cartas geográficas e outras obras da mesma natureza;
- X** - os projetos, esboços e obras plásticas concernentes à geografia, engenharia, topografia, arquitetura, paisagismo, cenografia e ciência;
- XI** - as adaptações, traduções e outras transformações de obras originais, apresentadas como criação intelectual nova;
- XII** - os programas de computador;
- XIII** - as coletâneas ou compilações, antologias, enciclopédias, dicionários, bases de dados e outras obras, que, por sua seleção, organização ou disposição de seu conteúdo, constituam uma criação intelectual.
- § 1º** Os programas de computador são objeto de legislação específica, observadas as disposições desta Lei que lhes sejam aplicáveis.
- § 2º** A proteção concedida no inciso XIII não abrange os dados ou materiais em si mesmos e se entende sem prejuízo de quaisquer direitos autorais que subsistam a respeito dos dados ou materiais contidos nas obras.
- § 3º** No domínio das ciências, a proteção recairá sobre a forma literária ou artística, não abrangendo o seu conteúdo científico ou técnico, sem prejuízo dos direitos que protegem os demais campos da propriedade imaterial. (BRASIL, 1998).

Não são obras protegidas, segundo o art. 8º da mesma lei:

- I - as ideias, procedimentos normativos, sistemas, métodos, projetos ou conceitos matemáticos como tais;*
- II - os esquemas, planos ou regras para realizar atos mentais, jogos ou negócios;*
- III - os formulários em branco para serem preenchidos por qualquer tipo de informação, científica ou não, e suas instruções;*
- IV - os textos de tratados ou convenções, leis, decretos, regulamentos, decisões judiciais e demais atos oficiais;*
- V - as informações de uso comum tais como calendários, agendas, cadastros ou legendas;*
- VI - os nomes e títulos isolados;*
- VII - o aproveitamento industrial ou comercial das ideias contidas nas obras. (BRASIL, 1998).*

Vejamos agora as características dos direitos de autor e dos direitos conexos.

5.2 Direitos de autor e direitos conexos

O sistema atua na proteção aos criadores de obras intelectuais e compreende os direitos de autor e os que lhe são conexos (direitos dos artistas, intérpretes ou músicos executantes aos produtores audiovisuais).

Fique ligado



Tendo em vista a Lei n. 6.533/1978, os direitos de artistas e técnicos de espetáculos de diversão, deverão ser **concedidos e não cedidos**, uma vez que a cessão definitiva é vedada pela referida lei.

5.3 Autoria versus titularidade

É importante mencionar que autoria e titularidade são conceitos distintos no campo de atuação dos direitos autorais e tratam de institutos diferentes, conforme destaca a figura a seguir.

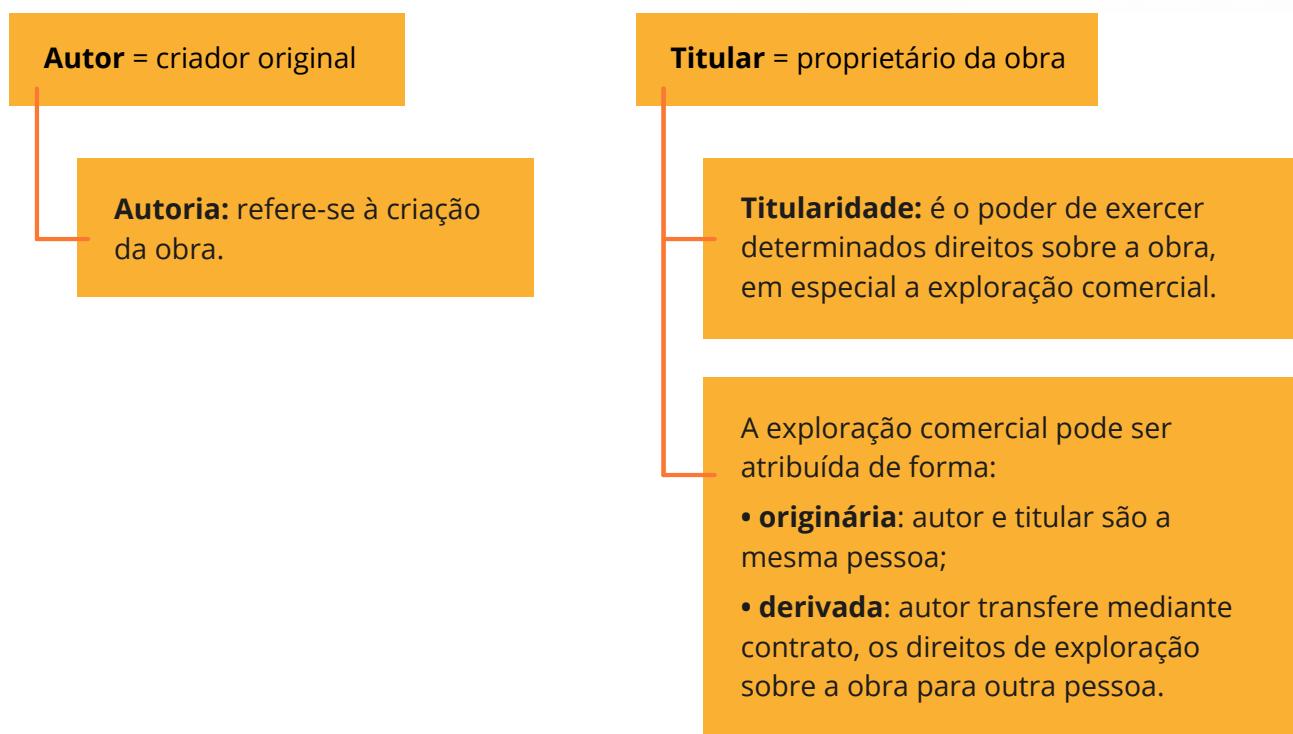


Figura 10: Diferenças entre autoria e titularidade

Fonte: Adaptada de Brasil (1998).

Nesse sentido, a lei estabelece que nenhuma obra autoral pode ser utilizada publicamente por terceiros sem o prévio e expresso consentimento do respectivo titular (que não precisa ser necessariamente o autor).

As informações sobre a elaboração de contratos envolvendo a transferência de direitos patrimoniais são tratadas com detalhes na Trilha 2 deste módulo.

5.4 Violações ao direito de autor

O sistema de proteção contra violações dos direitos autorais encontra fundamento básico na Constituição Federal e opera nas esferas Civil e Penal.

5.4.1 Esfera civil

Na esfera Civil, o art. 186 do Código Civil e o art. 402 estabelecem:

Ilícito civil – Art. 186. *Aquele que, por ação ou omissão voluntária, negligência ou imprudência, violar direito e causar dano a outrem, ainda que exclusivamente moral, comete ato ilícito.*

Ressarcimento – Art. 402. *Salvo as exceções expressamente previstas em lei, as perdas e danos devidos ao credor abrangem, além do que ele efetivamente perdeu, o que razoavelmente deixou de lucrar.*

5.4.2 Esfera penal

Quanto à esfera Penal, o crime (violação do direito moral) é fundamentado pelos arts. 184 e 186 do Código Penal, que estabelecem:

Violar direitos de autor e os que lhe são conexos:

Pena - detenção de 3 meses a 1 ano ou multa.

§ 1º Se a violação consistir em reprodução total ou parcial, com intuito de lucro direto ou indireto, por qualquer meio ou processo, de obra intelectual, interpretação, execução ou fonograma, sem autorização expressa do autor, do artista intérprete ou executante, do produtor, conforme o caso, ou de quem os represente:

Pena - reclusão, de 2 (dois) a 4 (quatro) anos, e multa.

§ 2º Na mesma pena do § 1º incorre quem, com o intuito de lucro direto ou indireto, distribui, vende, expõe à venda, aluga, introduz no país, adquire, oculta, tem em depósito, original ou cópia de obra intelectual ou fonograma reproduzido com violação do direito de autor, do direito de artista intérprete ou executante ou do direito do produtor de fonograma, ou, ainda, aluga original ou cópia de obra intelectual ou fonograma, sem a expressa autorização dos titulares dos direitos ou de quem os represente.

§ 3º Se a violação consistir no oferecimento ao público, mediante cabo, fibra ótica, satélite, ondas ou qualquer outro sistema que permita ao usuário realizar a seleção da obra ou produção para recebê-la em um tempo e lugar previamente determinados por quem formula a demanda, com intuito de lucro, direto ou indireto, sem autorização expressa, conforme o caso, do autor, do artista intérprete ou executante, do produtor de fonograma, ou de quem os represente:

Pena - reclusão de 2 a 4 anos e multa.

§ 4º O disposto nos §§ 1º, 2º e 3º não se aplica quando se tratar de exceção ou limitação ao direito de autor ou os que lhe são conexos, em conformidade com o previsto na lei n. 9.610/1998, nem a cópia de obra intelectual ou fonograma, em um só exemplar, para uso privado do copista, sem intuito de lucro direto ou indireto. (BRASIL, 1940).

Ou seja, o direito moral, na esfera civil, será ressarcido, quando culposo ou doloso; e punível, na esfera penal, quando houver dolo.

Quanto ao direito patrimonial, cabe ressaltar que a Lei de Direitos Autorais (Lei n. 9.610/1998) também define contrafação, utilizando, todavia, a expressão “fraudulentamente reproduzida, divulgada ou de qualquer forma utilizada” que, por sua vez, utilizada sem alteração, pode ser considerada ilícitos civis ou penais. Como exemplo, pode-se citar a pirataria.

Vejamos o que diz a lei:

Conduitas violadoras:

Art. 102. O titular cuja obra seja fraudulentamente reproduzida, divulgada ou de qualquer forma utilizada, pode requerer a apreensão dos exemplares reproduzidos ou a suspensão da divulgação, sem prejuízo da indenização cabível.

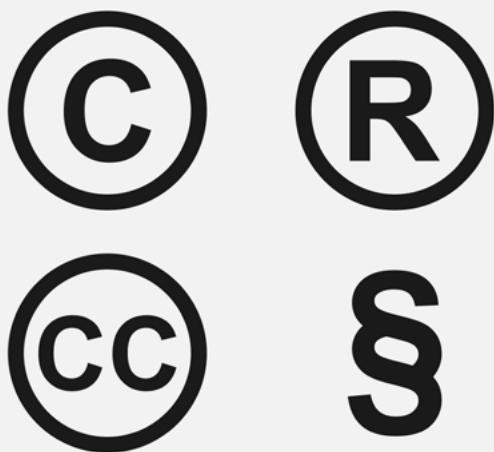
Art. 103. Quem editar obra literária, artística ou científica, sem autorização do titular, perderá para este os exemplares que se apreenderem e lhe pagará o preço dos que tiver vendido.

Art. 104. *Quem vender, expuser a venda, ocultar, adquirir, distribuir, tiver em depósito ou utilizar obra ou fonograma reproduzidos com fraude, com a finalidade de vender, obter ganho, vantagem, proveito, lucro direto ou indireto, para si ou para outrem, será solidariamente responsável com o contrafator, nos termos dos artigos precedentes, respondendo como contrafatores o importador e o distribuidor em caso de reprodução no exterior. (BRASIL, 1998).*

Existem outras formas de violações de direitos patrimoniais, todas relacionados à utilização sem autorização. Entre elas, podemos citar a tradução não autorizada e a inclusão de fonograma ou fotografia em obra audiovisual sem autorização do autor etc. Esses casos devem ser estudados isoladamente.

5.5 Prazo de proteção legal *versus* domínio público

A obra permanece protegida apenas por um prazo limitado (conhecido como prazo de proteção legal). Após o transcurso desse prazo, a obra entra em domínio público, de forma que, a partir de então, qualquer um pode fazer uso dela, inclusive comercialmente, e sem qualquer necessidade de autorização ou remuneração.



No Brasil, geralmente as obras são protegidas por 70 anos após a morte do autor, contados de 1º de janeiro do ano subsequente ao de seu falecimento, obedecida à ordem sucessória da lei civil, com exceção das obras fotográficas e audiovisuais, que duram por 70 anos, a contar de 1º de janeiro do ano subsequente ao de sua divulgação.

É importante observar que as obras de autores estrangeiros dependem de análise da legislação do país de origem e de uma série de outros fatores para que se possa verificar se a obra realmente encontra-se em domínio público, inclusive as convenções e os tratados internacionais.

5.6 Utilizações permitidas sem necessidade de autorização

É preciso lembrar que os direitos autorais não são absolutos e devem ser harmonizados com os demais direitos fundamentais, tais como acesso à educação e à cultura. Há uma extensa lista de limitações constantes nos arts. 46, 47 e 48 da Lei n. 9.610/1998:

Art. 46. Não constitui ofensa aos direitos autorais:

I - a reprodução:

a) na imprensa diária ou periódica, de notícia ou de artigo informativo, publicado em diários ou periódicos, com a menção do nome do autor, se assinados, e da publicação de onde foram transcritos;

b) em diários ou periódicos, de discursos pronunciados em reuniões públicas de qualquer natureza;

c) de retratos, ou de outra forma de representação da imagem, feitos sob encomenda, quando realizada pelo proprietário do objeto encomendado, não havendo a oposição da pessoa neles representada ou de seus herdeiros;

d) de obras literárias, artísticas ou científicas, para uso exclusivo de deficientes visuais, sempre que a reprodução, sem fins comerciais, seja feita mediante o sistema Braille ou outro procedimento em qualquer suporte para esses destinatários;

II - a reprodução, em um só exemplar de pequenos trechos, para uso privado do copista, desde que feita por este, sem intuito de lucro;

III - a citação em livros, jornais, revistas ou qualquer outro meio de comunicação, de passagens de qualquer obra, para fins de estudo, crítica ou polêmica, na medida justificada para o fim a atingir, indicando-se o nome do autor e a origem da obra;

IV - o apanhado de lições em estabelecimentos de ensino por aqueles a quem elas se dirigem, vedada sua publicação, integral ou parcial, sem autorização prévia e expressa de quem as ministrou;

V - a utilização de obras literárias, artísticas ou científicas, fonogramas e transmissão de rádio e televisão em estabelecimentos comerciais, exclusivamente para demonstração à clientela, desde que esses estabelecimentos comercializem os suportes ou equipamentos que permitam a sua utilização;

VI - a representação teatral e a execução musical, quando realizadas no recesso familiar ou, para fins exclusivamente didáticos, nos estabelecimentos de ensino, não havendo em qualquer caso intuito de lucro;

VII - a utilização de obras literárias, artísticas ou científicas para produzir prova judiciária ou administrativa;

VIII - a reprodução, em quaisquer obras, de pequenos trechos de obras preexistentes, de qualquer natureza, ou de obra integral, quando de artes plásticas, sempre que a reprodução em si não seja o objetivo principal da obra nova e que não prejudique a exploração normal da obra reproduzida nem cause um prejuízo injustificado aos legítimos interesses dos autores.

Art. 47. São livres as paráfrases e paródias que não forem verdadeiras reproduções da obra originária nem lhe implicarem descrédito.

Art. 48. As obras situadas permanentemente em logradouros públicos podem ser representadas livremente, por meio de pinturas, desenhos, fotografias e procedimentos audiovisuais. (BRASIL, 1998).

5.7 Direitos de personalidade

Os direitos de personalidade decorrem da própria condição humana, existindo a partir do nascimento com vida. Dividem-se em cinco campos principais: vida/integridade física, honra, imagem, nome e intimidade.

Insights



Para o campo de atuação do segmento audiovisual, o principal direito de personalidade a ser considerado é o direito à imagem, que abrange não só a forma física, mas também os elementos identificadores do indivíduo, ou seja, rosto, olhos, busto, voz, nome e outras características que individualizam a pessoa no meio social.

Os direitos são absolutos, irrenunciáveis, imprescritíveis, extrapatrimoniais e vitalícios, sendo possível aos seus titulares a possibilidade de dispor relativamente desses direitos, por meio de autorizações de uso temporárias, de forma prévia e expressa, dentro dos limites legais e desde que não afetem a integridade e a dignidade humana.

Memoryboard

Neste capítulo, conhecemos os principais direitos garantidos aos autores de uma obra, destacando e reafirmando que, para o uso de qualquer obra intelectual protegida de forma segura, faz-se necessária a solicitação de autorização prévia e expressa do titular de direito, da forma mais adequada a cada caso.

CAPÍTULO 6

6.

Obra Audiovisual



6 Obra Audiovisual

Autores: Alexandre Motta Ordóñez, Camilla Relva Restelli, Carolina Chammas Narchi, Gabriela Pires Pastore, João Paulo Morello e Thiago Macedo Clayton

Atualizado por: Gabriela Pires Pastore e Marcos Augusto Pereira Lara

Coordenação técnica: Gabriela Pires Pastore e Marcos Augusto Pereira Lara

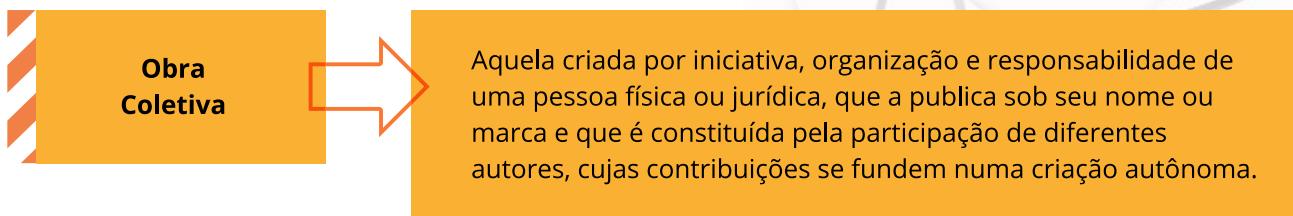
Objetivos

Segundo a legislação brasileira, obra audiovisual é conceituada como uma obra coletiva, por ser formada pelo esforço de múltiplos indivíduos, cabendo a cada um deles os direitos inerentes à sua participação no projeto.

Este capítulo apresentará os direitos previstos em lei, desde a concepção até a comercialização da obra, analisando titularidade, autoria, formatos, conceitos de qualificação de espaço qualificado, cotas de tela, Video on Demand (VoD) e, por fim, identificando diferenças entre *Branded Content*, *Advertainment* e *Product Placement*.

6.1 Direitos autorais: obra audiovisual

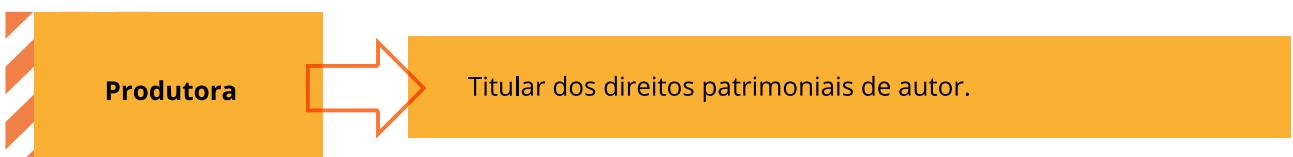
A obra audiovisual pode ser considerada de natureza complexa, por se assemelhar a uma obra coletiva realizada em colaboração, organizada por uma pessoa física ou jurídica. A figura a seguir define o que é obra coletiva.



Conceito de obra coletiva

Fonte: Adaptada de Brasil (1998).

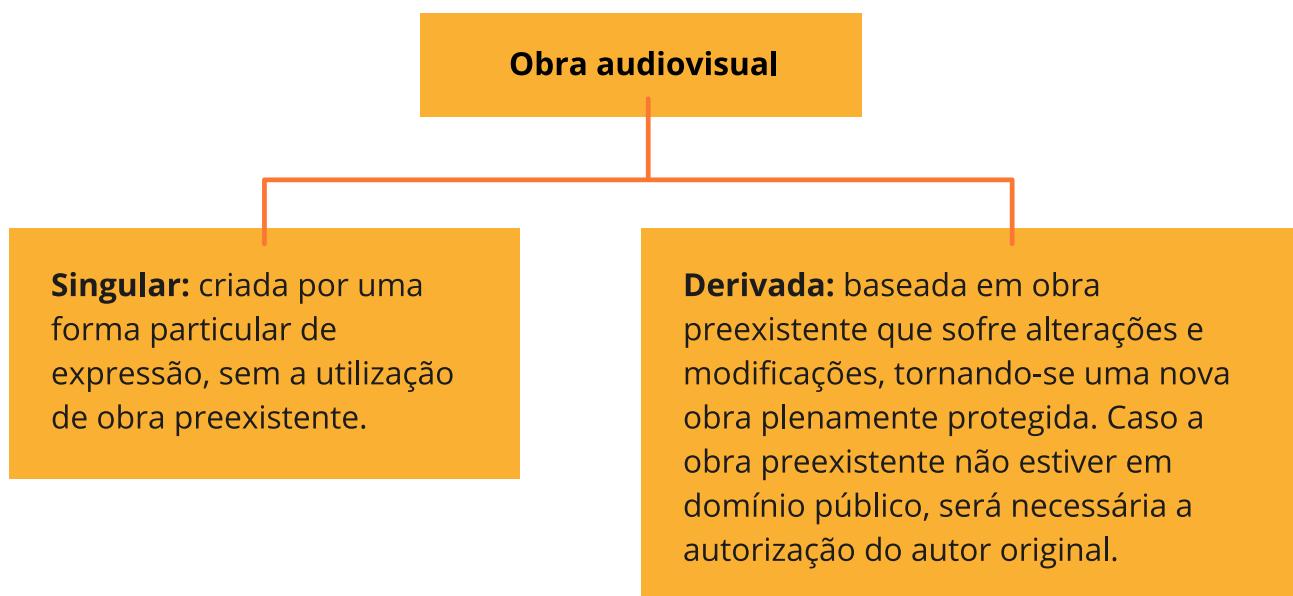
Assim, vale observar que é assegurada a proteção às participações individuais em obras coletivas, cabendo à produtora a titularidade dos direitos patrimoniais: “cabe ao organizador a titularidade dos direitos patrimoniais sobre o conjunto da obra coletiva” (BRASIL, 1998). A figura a seguir traz o conceito de produtora.



Conceito de produtora

Fonte: Adaptada de Brasil (1998).

Nesse sentido, a obra coletiva é composta pela diversidade de obras intelectuais que a integram, sendo, em geral, derivada ou singular, em sua composição, conforme mostra a figura a seguir.



Obra audiovisual: singular versus derivada

Fonte: Adaptada de Brasil (1998).

Tendo em vista que a obra audiovisual se realiza com a participação de vários autores individuais trabalhando em conjunto para a concretização do trabalho sob a organização do produtor, este, por ser considerado o idealizador da realização da obra em sua integralidade, detém a titularidade dos direitos patrimoniais sobre ela, incluindo os direitos de exploração, reprodução, comunicação pública, transformação e o que mais puder ser economicamente explorado com o uso da obra audiovisual.

No entanto, para que o produtor detenha os direitos patrimoniais exclusivos da obra, é necessário que todos os coautores (tais como diretores, argumentistas, roteiristas etc.) cedam ao produtor, com a celebração de contrato com cláusulas expressas, em consonância com a interpretação restritiva dos contratos, os respectivos direitos patrimoniais autorais cabíveis.

6.2. ANCINE: obra audiovisual não publicitária brasileira

Primeiramente, é importante observar o que dispõe o art. 1º, inciso V, alíneas a, b e c da Medida Provisória n. 2.228-01/2001, quanto à qualificação da obra audiovisual não publicitária brasileira frente à ANCINE. São três as hipóteses, conforme apresenta o quadro a seguir.

A	B	C
<ul style="list-style-type: none">• Ser produzida por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE.• Ser dirigida por diretor brasileiro ou estrangeiro residente no país há mais de três anos.• Utilizar, para sua produção, no mínimo, 2/3 de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de cinco anos.	<ul style="list-style-type: none">• Ser realizada por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE.• Em associação com empresas de outros países com os quais o Brasil mantenha acordo de coprodução cinematográfica e em consonância com eles.	<ul style="list-style-type: none">• Ser realizada, em regime de coprodução, por empresa produtora brasileira registrada na ANCINE.• Em associação com empresas de outros países com os quais o Brasil não mantenha acordo de coprodução, assegurada a titularidade de, no mínimo, 40% dos direitos patrimoniais da obra à empresa produtora brasileira.• Utilizar para sua produção, no mínimo, 2/3 de artistas e técnicos brasileiros ou residentes no Brasil há mais de três anos.

Qualificação de obra audiovisual não publicitária brasileira

Fonte: Adaptada de Brasil (1998).

Dessa forma, como se pode observar, a obra audiovisual não publicitária pode ser considerada brasileira desde que sejam cumpridos os requisitos da MP n. 2.228-01/2001, mencionados anteriormente, bem como observadas:

- as Instruções Normativas da ANCINE;
- os acordos internacionais firmados entre os países, sejam eles unilaterais ou multilaterais, conforme for mais benéfico para o projeto em questão;
- as normas referentes aos recursos utilizados, sejam incentivados ou provenientes de patrocínio, conforme o caso.

Os projetos devem ser analisados caso a caso, dependendo do modelo de negócio traçado para a viabilização da obra audiovisual almejada, pois são diversas as formas para a sua efetiva execução.

6.2.1 Forma de classificação da obra não publicitária frente à ANCINE

A obra audiovisual não publicitária brasileira é classificada, no ato do requerimento do registro em relação a constituir espaço qualificado, nas seguintes categorias:

Composição societária

Quanto à composição societária de seus produtores e ao vínculo deles com empresas radiodifusoras, programadoras e empacotadoras:

- comum;
- brasileira constituinte de espaço qualificado;
- brasileira independente constituinte de espaço qualificado.

Organização temporal

Quanto a forma de organização temporal:

- Não seriada (por exemplo: filme);
- Seriada: em temporada única (por exemplo: minissérie); em múltiplas temporadas (por exemplo: série com x temporadas); de duração indeterminada (por exemplo: série sem número determinado de temporadas ou capítulos).

Tipos

Quanto aos tipos:

- animação;
- documentário;
- ficção;
- jornalística;
- manifestações e eventos esportivos;
- programa de auditório ancorado por apresentador;
- *reality show*;
- religiosa;
- variedades;
- vídeo musical.

6.2.2 Regulamentação da ANCINE (normas aplicáveis)

A Medida Provisória n. 2.228-1/2001, editada pelo Poder Executivo, trouxe diversas modificações para a indústria audiovisual brasileira e, entre elas, criou a ANCINE, órgão oficial cuja finalidade é a de promover o fomento, a regulação e a fiscalização das indústrias cinematográficas e videofonográficas.

Resumidamente, a Medida Provisória n. 2.228-1/2001:

estabelece princípios gerais da Política Nacional de Cinema, cria o Conselho Superior do Cinema e a ANCINE, institui o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional (PRODECINE), autoriza a criação de Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional (FUNCINES) e altera a legislação sobre a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional; e dá outras providências. (BRASIL, 2001).

Dessa forma, a interferência nos conteúdos audiovisuais passou a ser feita por uma agência reguladora independente, na forma de autarquia especial e dotada de autonomia financeira e administrativa, o que traz até hoje inúmeras reflexões e debates a respeito, tanto do ponto de vista jurídico como do social e mercadológico.

Além de promover o fomento indireto e direto de produções audiovisuais por meio de mecanismos de incentivos fiscais, da promoção de editais e seleções públicas e da utilização de diversos instrumentos financeiros (como o Fundo Setorial do Audiovisual), a ANCINE é responsável pela fiscalização e regulação do mercado audiovisual, tendo como finalidade principal, a busca do interesse público por meio de metas preestabelecidas, sejam econômicas ou sociais.



Com a edição de diversos instrumentos normativos, tais como instruções normativas, deliberações, protocolos de entendimentos e portarias, a ANCINE estabelece regras para o desenvolvimento do mercado/indústria audiovisual, bem como para a fiscalização do cumprimento das obrigações previstas na legislação relativa ao setor, tais como o registro de empresa/obras, o pagamento da CONDECINE, a Cota de Tela e o envio de informações.

A relação dos tópicos das principais Instruções Normativas da ANCINE, relacionadas à produção de obras audiovisuais não publicitárias, atualmente vigentes, estão elencadas a seguir.

Instrução Normativa n. 104/2012:

- Registro de Obra Audiovisual Não Publicitária Brasileira;
- Emissão de Certificado de Produto Brasileiro.

Instrução Normativa n. 105/2012:

- Registro de Título da Obra Audiovisual Não Publicitária;
- Emissão de Certificado de Registro de Título.

Instrução Normativa n. 106/2012:

- Reconhecimento do regime de coprodução internacional de obras não publicitárias brasileiras para fins de posterior emissão de Certificado de Produto Brasileiro (CPB)/Registro provisório e obra não publicitária brasileira;
- Regime de coprodução internacional no tocante à utilização de recursos públicos federais em projetos de produção de obra audiovisual brasileira não publicitária.

Instrução Normativa n. 119/2015:

- Estabelece critérios para a classificação de nível de empresa produtora brasileira independente, para fins de captação de recursos por meio de fomento indireto, e dá outras providências.

Instrução Normativa n. 125/2015:

- Regulamenta a elaboração, apresentação, análise, aprovação e acompanhamento da execução de projetos audiovisuais de competência da ANCINE realizados por meio de ações de fomento indireto e de fomento direto, revoga a Instrução Normativa n.º 22, de 30 de dezembro de 2003, e dá outras providências.

Instrução Normativa n. 150/2019:

- Dispõe sobre os procedimentos para a apresentação e análise das prestações de contas de recursos públicos aplicados em projetos audiovisuais de competência da ANCINE executados por meio de ações de fomento direto e indireto, revoga a Instrução Normativa n.º 124, de 22 de dezembro de 2015, e dá outras providências.

Ainda, de acordo com o art. 16 da Instrução Normativa n. 105/2006 da ANCINE, o prazo máximo para exploração comercial de obra audiovisual nos segmentos de mercado sujeitos ao Registro de Título e recolhimento de CONDECINE é de cinco anos, podendo ser prorrogados mediante novo recolhimento.

6.3 Aspectos jurídicos da produção da obra para diferentes plataformas

Em relação à produção de obras audiovisuais de conteúdo (filmes, séries, documentários, programas de variedade, reality shows, animações, entre outras), a infinidade de possibilidade de

formatos indicará também uma grande variedade de normas e regras específicas aplicáveis a cada tipo e finalidade destas obras audiovisuais.

A depender do formato e da primeira janela de exibição da obra audiovisual, a sua produção deverá, então, observar algumas regras básicas aplicáveis para cada uma delas, das quais se destacam com maior relevância para o mercado audiovisual as obras produzidas para exibição na TV por assinatura, para o cinema e, mais recentemente, para aquelas destinadas à exibição nas plataformas de *streaming*, VoD e demais mídias digitais. Vejamos cada uma a seguir.

6.3.1 TV por Assinatura – Lei n. 12.485/2011

Nos últimos anos, foi notável a presença de produções audiovisuais brasileiras exibidas em canais e programação na TV por assinatura. Esse movimento se deu, sobretudo, pela entrada em vigor da Lei do Serviços de Acesso Condicionado (SeAC), também conhecida por Lei da TV Paga ou, ainda, por Lei n. 12.485 de 2011.

Cabe observar que as expressões do SeAC “comunicação eletrônica de massa por assinatura” e “TV por assinatura” são expressões usadas ao longo das regras e normas e são expressões sinônimas, para designar, conforme define a Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL, 2021, grifo nosso):

Serviço de telecomunicações de interesse coletivo prestado no regime privado, cuja recepção é condicionada à contratação remunerada por assinantes e destinado à distribuição de conteúdos audiovisuais na forma de pacotes, de canais nas modalidades avulsa de programação e avulsa de conteúdo programado e de canais de distribuição obrigatória, por meio de tecnologias, processos, meios eletrônicos e protocolos de comunicação quaisquer.

Vejamos a seguir um breve contexto da Lei n. 12.485/2011.

6.3.1.1 Breve contexto da Lei n. 12.485/2011 – Lei Do SeAC

O marco legal da regulação da TV por assinatura no Brasil foi resultado de mais de quatro anos de discussões no Congresso e no Parlamento, o que acabou envolvendo representantes da sociedade civil, das empresas produtoras de conteúdo, das empresas programadoras (canais), das empresas empacotadoras (as operadoras de TV por assinatura), empresas de telecomunicação e todos os órgãos públicos que se conectam com o tema, entre os quais a ANCINE e a ANATEL.

Insights



Resumidamente, por meio da previsão de sistema de cotas de programação de conteúdo brasileiro (cotas horizontais) e de grade de programação (cotas verticais), houve a indução ao crescimento da demanda de obras audiovisuais brasileiras. A obrigatoriedade de exibição de conteúdos e de programação brasileiros se refletiu diretamente no incremento do mercado audiovisual nacional, fomentando, por fim, não apenas as empresas produtoras, mas também o acesso do público às produções audiovisuais brasileiras.

Outro destaque inovador da Lei do SeAC a ser apontado foi a abertura do mercado de TV por assinatura para a participação de empresas de telecomunicação, convergindo a distribuição tecnológica da internet por banda larga e TV a Cabo, resultando num incremento na qualidade e infraestrutura da rede de distribuição do sinal de comunicação e possibilitando uma maior capilaridade e acesso destes serviços paix afora.

Em contrapartida a essa abertura do mercado, a Lei n. 12.485/2011 instituiu a cobrança da CONDECINE Tele, por meio da qual as empresas de telecomunicações pagam a contribuição em regime anual atrelado ao serviço que prestam.

Essa modalidade da CONDECINE responde pela maior parcela de arrecadação do referido tributo, promovendo um acréscimo significativo nos valores disponíveis no Fundo Setorial do Audiovisual (FSA) acessíveis pelas empresas de produção, distribuição e exibição de conteúdos audiovisuais.

Essas inovações promoveram uma verdadeira revolução na cadeia produtiva de conteúdos audiovisuais brasileiros, fechando o ciclo criativo, produtivo e distributivo, em um sistema regulatório que atou todas as pontas e desenhou um modelo sustentável pelo próprio setor, contando também a atuação regulatória, fomentadora e fiscalizatória da ANCINE.

Ainda que algumas críticas e ajustes possam ser realizados, o saldo da Lei do SeAC é positivo: seja para o consumidor, seja para a indústria audiovisual e para as empresas de comunicação, a lei se

mostrou como um efetivo instrumento de indução e fomento do setor.

Após a promulgação da lei, a penetração dos serviços de TV por assinatura entre os consumidores brasileiros experimentou um salto, chegando a 19,6 milhões de assinantes em 2014 – um aumento de 270% em relação ao número de assinantes em 2010 (9,8 milhões).

As curvas de demanda e oferta de produções brasileiras tiveram uma linha crescente ao longo de todos estes anos desde 2011, evidenciando que a Lei 12.485 é uma ferramenta de grande valor para a produção, especialmente pelo sistema de cotas verticais e horizontais previstos e por ter incrementado o sistema de arrecadação e financiamento das produções audiovisuais.

A despeito, a vigência legal para as cotas de conteúdo, determinada na redação original da lei, vai até setembro de 2023. O que nos indica, portanto, que os próximos anos serão marcados por intensos debates acerca da Lei do SeAC e se suas regras devem ou não ser prorrogadas.

Para as produções audiovisuais destinadas para a exibição no mercado de TV por assinatura, tomando por base o regramento da Lei 12.485/2011, o produtor executivo deve se atentar a alguns aspectos jurídicos. Vejamos a seguir.

6.3.1.2 Conceito de espaço qualificado

O termo “espaço qualificado”, trazido pela Lei 12.485/2011, é um conceito importante e que reverbera por toda regulação trazida pela lei. Trata-se de um:

[...] espaço total do canal de programação, excluindo-se conteúdos religiosos ou políticos, manifestações e eventos esportivos, concursos, publicidade, televendas, infomerciais, jogos eletrônicos, propaganda política obrigatória, conteúdo audiovisual veiculado em horário eleitoral gratuito, conteúdos jornalísticos e programas de auditório ancorados por apresentador. (BRASIL, 2011).

De modo inverso, podemos citar que os tipos de obras audiovisuais, seriadas ou não, que cumprem com o requisito de espaço qualificado, são:

- ficção;
- documentários;

- animações;
- *reality shows*;
- variedades;
- vídeo musical;
- outros tipos que poderão eventualmente ser classificados como tal pela ANCINE.

Fique ligado



Além das regras dispostas na Lei n. 12.485/2011, é importante o produtor e o gestor de obras audiovisuais se familiarizarem com a IN n. 100 da ANCINE, que compila importante regulamentação da Lei do SeAC. É nessa IN que se encontram muitas definições e regras acessórias que são aplicadas no dia a dia de uma produção que se destine para a exibição na TV por assinatura.

6.3.1.3 Sistema de Cotas

A Lei 12.485/2011 instituiu um sistema duplo de cotas. Inicialmente, vamos nos atentar às cotas de programadoras brasileiras ou também chamadas de cotas de empacotamento (previstas no art. 17 da Lei 12.485/2011).



As empacotadoras (empresas operadoras e distribuidoras do serviço de acesso condicionado que agrupam os pacotes de programação) devem dispor de, “[...] a cada 3 (três) canais de espaço qualificado existentes no pacote, ao menos 1 (um) deverá ser canal brasileiro de espaço qualificado.” (BRASIL, 2011), até o limite de 12 canais brasileiros de espaço qualificado.

Destes, ao menos um terço deverá ser programado por programadora brasileira independente e, por fim, a empacotadora deverá oferecer ao menos dois canais brasileiros de espaço qualificado com veiculação de no mínimo 12 horas diárias de conteúdo audiovisual brasileiro, produzido por produtora brasileira independente, três das quais em horário nobre.

Como exceção ao cumprimento dessa cota, temos:

- os canais de programação que retransmitirem canais de geradoras radiodifusoras;
- os canais de programação cuja grade não tenha passado por qualquer modificação para se adaptar ao público brasileiro (legendagem, dublagem ou publicidade para o mercado brasileiro);
- os canais ofertados na modalidade avulsa de programação e/ou conteúdo programado;
- os canais “*must carry*”, previstos no art. 32 da Lei do SeAC e que são de distribuição obrigatória pelas empacotadoras;
- os canais de programação operados sob a responsabilidade do poder público; e
- os canais de programação dedicados aos conteúdos eróticos.

6.3.1.4 Canal de Espaço Qualificado (CEQ)

É o canal de programação que, no horário nobre, veicule majoritariamente conteúdos audiovisuais que constituam espaço qualificado, sendo que pelo menos 3h30min semanais desses conteúdos devem ser preenchidas por conteúdos brasileiros, metade dos quais independente.

São exemplos de CEQ os seguintes canais: HBO, Telecine, Megapix, National Geographic, TNT, Fox, Warner Channel, Cartoon Network, Nickelodeon, Gloob, BBC, Rai, TV 5 Monde, entre outros.

6.3.1.5 Canal Brasileiro de Espaço Qualificado (CBEQ)

É o canal de espaço qualificado programado por programadora brasileira, a qual, no horário nobre, veicule majoritariamente conteúdos audiovisuais brasileiros que constituam espaço qualificado, metade dos quais deve ser independente, e que não seja objeto de acordo de exclusividade que impeça sua programadora de comercializá-lo para qualquer empacotadora interessada.

São exemplos de CBEQ: Off; BIS, GNT, Canal Brasil, Arte 1 e Globosat.

A respeito dos CBEQs, seguem-se sua subdivisão entre:

CBEQs independentes

São canais de programadoras brasileiras que não sejam controladoras, controladas ou coligadas a empacotadora ou distribuidora e que não mantenham vínculo de exclusividade que as impeçam de comercializar, para qualquer empacotadora, os direitos de exibição ou veiculação associados aos seus canais de programação. São exemplos: Fish TV, TV Rá Tim Bum, Woohoo, Music Box Brazil, entre outros.

CBEQs “Super Brasileiros”

São canais de programadoras brasileiras que veiculam ao menos 12 horas diárias de conteúdo audiovisual brasileiro, produzido por produtora brasileira independente, das quais três em horário nobre. São exemplos: Canal Brasil, Curta!, Cinebrasil TV, O Canal Independente e Prime Box Brasil.

Insights



O que é considerado “horário nobre”?

A IN n. 100 da ANCINE define que:

- para os canais de programação direcionados para crianças e adolescentes, são as sete horas compreendidas entre as 11h e as 14h e entre as 17h e as 21h do horário oficial de Brasília;
- para os demais canais de programação, são as seis horas compreendidas entre as 18h e as 24h do horário oficial de Brasília.

O outro sistema de cotas ainda não citado são as cotas de conteúdos brasileiros que cumpram o requisito de espaço qualificado (previsto no art. 16 da Lei n. 12.485/2011). Além da presença mínima de canais brasileiros de espaço qualificado, a lei também institui a cota de conteúdos brasileiros que deve obedecer, como já mencionamos, a 3h30min semanais de conteúdo brasileiro, dos quais metade deverão ser conteúdos de produção independente.

O quadro a seguir diferencia conteúdo brasileiro de independente.



Contento brasileiro *versus* conteúdo brasileiro independente

Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

Nesse sentido, vale observar que, para o cumprimento da cota de conteúdo, pelo menos a metade dos conteúdos audiovisuais deve ter sido produzida nos sete anos anteriores à sua veiculação, o que garante uma demanda por conteúdos atuais.

Para compreender melhor a conceituação de conteúdo brasileiro, independente ou não, é preciso retomar alguns conceitos básicos que estão previstos na MP n. 2.228-1/2001 e nas Instruções Normativas n. 91 e 100 da ANCINE. Confira.

Produtora brasileira

É aquela empresa constituída e regida sob as leis do Brasil, com sede e administração no país, que tem 70% do seu capital social total votante em titularidade de brasileiros natos ou naturalizados há mais de 10 anos, que são também responsáveis pela gestão das atividades da empresa e pela linha editorial dos conteúdos produzidos, com poder decisório de fato e de direito.

Produtora brasileira independente

É a produtora brasileira, registrada na ANCINE como tal, que não controla nem é controlada ou coligada a programadoras, empacotadoras, distribuidoras ou emissoras de TV, os chamados “agentes não independentes”; e, ainda, que não seja vinculada por contrato que dê a sócios minoritários que sejam “agentes não independentes” direito de voto comercial ou interferência sobre os conteúdos produzidos e que não tenha vínculo de exclusividade que a impeça de produzir ou comercializar conteúdos para terceiros.

Poder dirigente sobre o patrimônio da obra audiovisual

É a “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.” (ANCINE, 2015).

Assim, para que se configure a classificação de conteúdo brasileiro independente exigido pela Lei 12.485/2011, este deverá ser produzido por uma produtora brasileira independente que detenha o poder dirigente e o domínio da respectiva obra audiovisual.

Isso impactará diretamente nas tratativas e negociações que as produtoras empenharão com os seus parceiros financiadores, especialmente se eles forem “agentes não independentes”, que não poderão deter o poder dirigente e o domínio patrimonial da obra audiovisual, caso ela seja destinada para cumprimento de cota de conteúdo brasileiro independente.

Trata-se de uma arquitetura jurídica que visa, ao fim, resguardar a titularidade da propriedade intelectual das obras audiovisuais para as empresas produtoras brasileiras independentes.

Vamos, agora, a algumas reflexões.

O uso de obras preexistentes e a caracterização de conteúdo brasileiro independente

Criações preexistentes são obras intelectuais protegidas (filmes, livros, músicas, roteiros, fotografias e todas as demais assim definidas pela Lei de Direitos Autorais) que servem como um princípio criativo para a produção de uma obra audiovisual.

Importa notar que:

“ [...] a obra audiovisual que contenha elementos ou criações intelectuais protegidas, preexistentes à obra audiovisual, cuja maioria dos direitos patrimoniais seja de titularidade de terceiros, somente será considerada de produção independente, caso o titular desses direitos não tenha relações de controle, coligação, associação ou vínculo com empresa concessionária de serviço de radiodifusão de sons e imagens, ou agente econômico que exerça atividade de programação ou empacotamento.” (ANCINE, 2012).

Cabe a exceção de que, para a obra cinematográfica que se baseia em criação preexistente:

“ [...] cuja maioria dos direitos patrimoniais seja de titularidade de terceiros, a mesma somente será considerada independente, caso o titular desses direitos conceda autorização por escrito que permita a exploração econômica, pela produtora brasileira independente ou seus outorgados, da obra audiovisual em quaisquer territórios a qualquer tempo, sem que haja a necessidade de anuênciam para cada contratação, respeitando-se os direitos do titular para outros fins. (ANCINE, 2012).

Cumprimento de cota em obras baseadas em formatos de reality e/ou variedades

Para os **conteúdos brasileiros**, “no caso de obra audiovisual do tipo *reality show* ou do tipo variedades, classificada como conteúdo audiovisual brasileiro, o formato a partir do qual foi originada deve ser de titularidade de agente econômico brasileiro.” (ANCINE, 2012)



Para os conteúdos brasileiros independentes “do tipo reality show ou do tipo variedades, classificada como conteúdo audiovisual brasileiro de produção independente, o formato a partir da qual foi originada deve ser de titularidade de agente econômico brasileiro” (ANCINE, 2012), tal qual uma produtora brasileira independente que não seja controladora, controlada ou coligada a programadoras, empacotadoras, distribuidoras ou concessionárias de serviço de radiodifusão de sons e imagens.

Resumindo, o formato original que sustentará a obra audiovisual de reality ou de variedade deve ser de titularidade de um agente econômico brasileiro, para cumprir cota de conteúdo brasileiro, e de um agente econômico brasileiro independente, para cumprimento de cota de conteúdo brasileiro independente.

Fique ligado



Tente pensar esta estrutura jurídica a partir de casos práticos, por exemplo, o Big Brother Brasil, o Master Chef, o Esquadrão da Moda, entre outros.

6.3.2 Cinema

O mercado de produção de obras para exibição em cinemas, isto é, aquelas em que a sua primeira janela seja voltada para a fruição coletiva em salas de exibição, é estruturado no tripé produtor, distribuidor e exibidor.

Fique por dentro



Embora seja um serviço de natureza essencialmente privada, a produção de obra audiovisual voltada para o cinema deve, também, obedecer a alguns regramentos do poder público, por exemplo, a fiscalização e a regulação editadas pelas IN da ANCINE.



Essa atuação do poder público nesse setor econômico vem com o intuito preservar e fomentar o mercado e os conteúdos brasileiros. É, portanto, uma proteção à indústria audiovisual como um todo, que se desdobra por meio da chamada Política Nacional do Cinema.

6.3.2.1 Política Nacional do Cinema

A Política Nacional do Cinema surgiu em 2001, com a edição e a publicação da Medida Provisória n. 2.228-1/2001, juntamente com a criação da ANCINE. Os princípios fundamentais dessa política são:



A promoção da cultura nacional e o desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional.



A garantia da presença de obras nacionais nos diversos segmentos de mercado e especialmente no segmento de salas de exibição.



O respeito ao direito autoral sobre obras nacionais e estrangeiras, com a defesa da propriedade intelectual das criações brasileiras, preservando-as com os agentes econômicos nacionais.

Resumidamente, a Política Nacional do Cinema tem a preocupação primeira de garantir a efetiva disponibilidade, a presença e a oferta de obras audiovisuais nacionais nas salas de exibição cinematográfica no país, do que se depreende dos arts. 2º ao 6º da MP n. 2.228-1/2001, com o claro intuito de fomentar o mercado interno.

Institui-se, assim, a Cota de Tela, que se traduz como a ferramenta principal para a consecução de tais objetivos.

6.3.2.2 Cota de Tela

A Cota de Tela é prevista no art. 55 da MP n. 2.228-1/2001, determinando que, no prazo dos próximos 20 anos, contados a partir de 5 de setembro de 2001, os exibidores (empresas proprietárias, locatárias ou arrendatárias de salas, espaços ou locais de exibição cinematográfica) deverão exibir obrigatoriamente obras cinematográficas brasileiras de longa metragem, por número de dias fixado por um decreto editado anualmente.

Para determinação desse coeficiente de dias de exibição obrigatória de obras brasileiras, são ouvidas as entidades representativas dos produtores, distribuidores e exibidores, de forma a equilibrar a equação e os diversos interesses. Esse grupo se reúne atualmente na Câmara Técnica de Cinema, que é organizada pela ANCINE.

Fique ligado



Não servirão, para o cumprimento da referida Cota de Tela, os conteúdos que forem exibidos em meios eletrônicos antes de sua exibição comercial no segmento cinematográfico.

Para o cálculo e o devido cumprimento da cota, serão consideradas apenas as obras audiovisuais cinematográficas com o Certificado de Produto Brasileiro (CPB) e o Certificado de Registro de Título (CRT) de obra não publicitária válidos.

Saiba mais



As regras administrativas da ANCINE sobre a Cota de Tela estão presentes na IN n. 151, de 2020, disponível [neste link](#).



A partir do ano de 2014, com a publicação do Decreto n. 8.386/2014, a Cota de Tela passou a prever não apenas o mínimo de dias de conteúdo nacional a ser oferecido, como também passou a garantir uma diversidade mínima de títulos a serem oferecidos em cada complexo de exibição. Essa medida foi adotada com o intuito de impedir que grandes blockbusters dominassem todo o parque de exibição do país no seu lançamento, garantindo uma maior pluralidade e diversidade de obras exibidas.

Em resposta às novidades introduzidas à Cota de Tela por força do Decreto n. 8.386/2014, diversos agentes exibidores ingressaram no Judiciário quanto à limitação do número de salas exibindo o mesmo filme, tendo algumas decisões país afora que garantem a suspensão dessa obrigação.

Você sabia?



Apesar dos questionamentos, os decretos que regulamentaram a Cota de Tela de 2016 a 2020 mantiveram a obrigatoriedade de exibição de obras brasileiras e de diversidade de obras. A única exceção foi o ano de 2019, que não teve o decreto regulamentador da Cota de Tela editado para o período. Para o ano de 2020, a Cota de Tela foi regulamentada pelo Decreto n. 10.190/2019.

Vale destacar que o ano de 2020 foi marcado pela crise de saúde pública da Covid-19, o que acabou impactando diretamente a indústria do entretenimento no geral, com a suspensão prolongada das atividades de produção e exibição de obras cinematográficas.

Insights



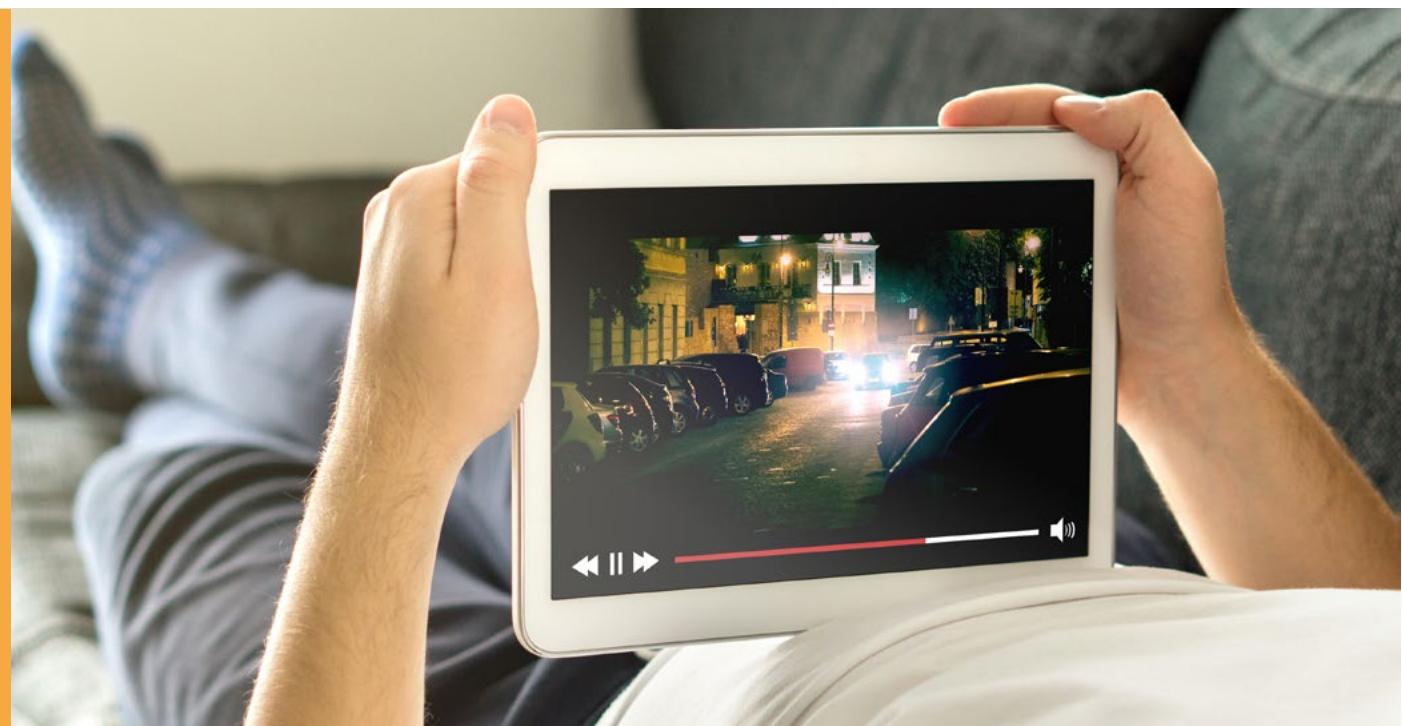
Revela-se ainda mais notável a importância do segmento de distribuição de conteúdos audiovisuais por meio de plataformas de *streaming*, com acesso sob demanda do usuário. Há uma tendência visível de uma certa “streamização” da distribuição de conteúdos audiovisuais.

Com isso, nota-se uma flexibilização de regras que dispõe sobre a definição da primeira janela de exibição cinematográfica, a exemplo de festivais de cinema tradicionais (por exemplo, o Oscar), que já admitiram que filmes estreantes em plataformas de *streaming* podem concorrer à premiação durante o período de duração da pandemia.

Trata-se de algo impensável até então, e que só remarca a importância que as plataformas de distribuição digital por *streaming* assumiram atualmente na indústria do audiovisual.

6.3.3 VoD e mídias digitais

Nos últimos anos, tem-se tornado mais relevante o segmento do mercado de produção audiovisual destinado à distribuição em mídias digitais. As plataformas de *streaming* e vídeo sob demanda (ou, como o mercado chama, *Video on Demand – VoD*, ou, ainda, como a ANCINE denomina: Comunicação Audiovisual sob Demanda – CAvD) realizaram uma verdadeira revolução no mercado mundial.



Aqui no Brasil, isso não foi diferente. Com a evolução da infraestrutura de distribuição de internet em banda larga – promovendo maior acesso ao público, uma conexão mais estável e velocidades de tráfego de dados que suportam a transmissão de arquivos audiovisuais, viu-se uma completa reconfiguração do mercado audiovisual.

6.3.3.1 Breve contextualização do VoD

Já comentamos anteriormente sobre a revolução promovida pela Lei do SeAC no segmento de TV por assinatura. Apesar desse segmento continuar respondendo pela parcela mais significativa da economia do setor audiovisual, o interesse pelos serviços tradicionais de TV por assinatura deixou de ter o crescimento exponencial.

Insights



Depois do pico de quase 20 milhões de assinantes registrado em 2014, a cada ano se verificou novo declínio no serviço. Esse decrescimento da base de usuários de TV por assinatura se explica, entre outros motivos, pela ampliação ao acesso às novas plataformas de distribuição digital de conteúdos audiovisuais pela internet.

Não só plataformas de variados formatos e modelos de negócios adentraram para o mercado – entre as quais a Netflix, a Amazon Prime, a Globoplay, o Hulu, o Looke, o Youtube, entre tantas outras –, mas se verifica atualmente uma forte presença da distribuição de canais de programação, antes exclusivos da TV por assinatura, agora também distribuídos pela internet.

A chegada em breve da tecnologia 5G e a sua distribuição de conexão de banda larga sem fronteiras também promete causar grande impacto no mercado, aprofundando ainda mais a relevância das mídias digitais no consumo de conteúdo audiovisual.

Apenas para se ter uma noção da dimensão das mídias digitais hoje no Brasil, a Netflix, no ano de 2020, ultrapassou o número de assinantes de sua plataforma em comparação aos assinantes de TV por assinatura.

Embora seja possível apontar uma clara concorrência entre os modelos de distribuição de conteúdos audiovisuais – TV por assinatura e VoD –, o mercado apostava em uma tendência de reequilíbrio, com a convivência e convergência entre os modelos.

Já é possível, por exemplo, ver que acordos recentes entre provedoras de VoD e empacotadoras para distribuírem os conteúdos daquela dentro do seu *line up*.

Isso evidencia cada vez mais que o cenário que se desenvolve é a interação entre os modelos, criando um ambiente de complexidades e intersecções entre cada segmento.

Nesse sentido, uma regulação do modelo de VoD, hoje ainda ausente, é cada vez mais necessária e esperada pelo mercado, de forma a não só equalizar as demandas regulatórias para todos os agentes do setor de distribuição de conteúdos audiovisuais, mas para, assim como fez a Lei n. 12.485/2011 (Lei do SeAC), promover um sistema de fomento e incentivo para a produção audiovisual brasileira.

6.3.3.2 A discussão sobre a regulação do VoD no Brasil

As tratativas acerca da regulação da atividade de distribuição de conteúdos audiovisuais pelas mídias digitais, das quais se inserem as provedoras de VoD, já se estendem por longo tempo, envolvendo, igualmente ao que aconteceu com a Lei do SeAC, os mais diversos atores sociais, desde a sociedade civil, os setores econômicos direta ou indiretamente envolvidos, além das esferas executivas e legislativas do poder público.

Nesse meio tempo, amadureceu-se a ideia de se regular o VoD no contexto da Lei n. 12.485/2011, acompanhando as regras, as condições e as obrigações ali dispostas para a produção do conteúdo, pouco importando a diferenciação da forma ou tecnologia de distribuição. Essa é uma corrente já observada em diversos países, uma vez que o conteúdo distribuído é o mesmo, mudando apenas o formato ou a tecnologia de sua distribuição.

Nesse sentido, embora seja necessário operar alguns ajustes na Lei do SeAC para recepcionar a tecnologia digital e do VoD, é importante observar que alguns princípios fundamentais da lei devem ser preservados para a futura regulação das mídias digitais, para que se mantenha o mesmo ambiente de crescimento autossustentável e saudável da indústria audiovisual brasileira.

Fique por dentro



Resumidamente, importa que seja mantida a obrigatoriedade das atividades de produção, programação, empacotamento e distribuição a serem prestadas por empresas com sede e administração no Brasil, mantendo para essa atividade a aplicabilidade de toda a legislação brasileira.

Isso deve ocorrer especialmente nas regras acerca do Código de Defesa do Consumidor, nas obrigações tributárias para o setor, nas normativas regulatórias da ANCINE e da ANATEL e, sobretudo, nas obrigações de veiculação e fomento da produção de conteúdo brasileiro e independente.

6.3.3.3 O princípio da neutralidade tecnológica

Manter as regras fundamentais aplicadas pela Lei do SeAC também às tecnologias das mídias digitais é um argumento favorável para que se evite uma regulamentação assimétrica entre as diferentes tecnologias de distribuição de conteúdo. Ao fim, pretende-se estabelecer um ambiente regulatório isonômico, que garanta a livre concorrência do setor como um todo.

Fique ligado



A ausência de regulação atual para as mídias digitais acaba criando uma distorção concorrencial, em que as operadoras de TV por assinatura cumprem com uma série de obrigações e regras, enquanto as provedoras de conteúdo de mídias digitais têm um espectro muito menor de obrigações a serem observadas.

Defende-se, portanto, que haja uma perspectiva de neutralidade sobre a tecnologia para a regulação dos serviços de distribuição de conteúdos audiovisuais. Esse é um modelo adotado recorrentemente por leis de outros países, que buscam definir o escopo de uma regulação pelo formato ou tecnologia, evitando que os marcos legais se tornem precocemente ultrapassados e caiam em desuso, criando espaços vazios de normas e regras, aumentando a insegurança jurídica para todo o setor que ali se desenvolve.



O princípio da neutralidade tecnológica foi adotado, por exemplo, pela Diretiva Serviços de Comunicação Social Audiovisual (DSCSA), publicada em 2010, que coordena as disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos 28 países que integram a União Europeia, relativas à oferta de serviços de comunicação social audiovisual.

É nesse sentido, de uniformizar o impacto regulatório para o setor como um todo, que se defende a ideia de incorporação do princípio da neutralidade tecnológica, para, com as devidas adequações, aplicar os mesmos princípios e dispositivos regulatórios instituídos pela Lei n. 12.485/2011 à comunicação audiovisual sob demanda e às mídias digitais.

6.3.3.4 Aspectos jurídicos para a futura regulamentação do VoD

Primeiramente, é preciso expor que a discussão sobre a regulamentação sobre os serviços de distribuição de vídeos sob demanda se estende por longo tempo justamente porque ainda não foi possível, diferentemente da negociação da Lei do SeAC, encontrar um meio termo convergindo os diferentes interesses do setor.

Você sabia?



Essa divergência se mostrou presente nas discussões do Grupo de Trabalho inserto no Conselho Superior do Cinema, que reuniu diversos representantes do setor audiovisual para debater o tema.



Especialmente para as plataformas provedoras de conteúdos e para os representantes dos estúdios internacionais, um excesso regulatório poderia engessar e encarecer o serviço, inibindo o crescimento das plataformas no país, com claro prejuízo para o consumidor.

Por outro lado, cineastas e representantes da produção brasileira independente, defendem uma regulação que fomente e promova a produção audiovisual nacional, aos moldes do que fez a Lei do SeAC.

Ao fim, muito da discussão travada se limitou a refletir apenas sobre o modelo de tributação dos serviços de VoD para a CONDECINE, sem avançar maiormente no debate sobre um projeto de produção e inserção de conteúdos nacionais nesse universo.

Saiba mais



Esse tema é apontado no artigo de Leonardo de Marchi e João Martins Ladeira, disponível [neste link](#).



Para adotar uma visão mais institucional e convergente sobre o tema, apresentam-se a seguir, de forma resumida, as recomendações apontadas pela ANCINE sobre uma futura regulamentação do VoD, em seu Relatório de Consolidação de Consulta Pública de 2017. A regulação deve, no entendimento da agência regulatória, seguir os seguintes preceitos:

- (i) Ser isonômica e alcançar todos os agentes econômicos que disponibilizam acesso a conteúdos audiovisuais por meio de comunicação audiovisual sob demanda a usuários residentes no Brasil, independentemente da localização de sua sede ou de sua infraestrutura para prestação do serviço. Estariam aí incluídos os serviços de Comunicação Audiovisual sob Demanda (tais como Netflix, Amazon, Globoplay, Now, Vivo Play e demais serviços acionados pelos assinantes) e as plataformas de Compartilhamento de Conteúdo (como por exemplo, o Youtube, Vimeo ou qualquer plataforma que “armazena, organiza e disponibiliza ao público, catálogos de conteúdos audiovisuais produzidos ou selecionados por usuários, pessoa natural ou jurídica, os quais exercem responsabilidade editorial pelos conteúdos armazenados”);
- (ii) Por outro lado, a regulação deve explicitamente excluir de seu alcance a radiodifusão de sons e imagens (TV aberta) e o serviço de acesso condicionado (TV por assinatura);
- (iii) Contemplar os princípios dispostos na legislação brasileira, especialmente aqueles previstos no capítulo da comunicação social da Constituição Federal; na Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais; no Marco Civil da Internet; na Medida Provisória 2228-1/2001, que estabeleceu os princípios da Política Nacional do Cinema; e na lei 12.485/2011, que regulamenta a comunicação audiovisual de acesso condicionado;
- (iv) Preservar o papel regulatório e fiscalizatório da ANCINE, aos moldes da Lei do SeAC;
- (v) Promover e fomentar a produção nacional de conteúdos audiovisuais, incentivando a indústria audiovisual como um todo, devendo:
- a) Dispor em catálogo, de modo permanente, observada a livre iniciativa, conteúdos audiovisuais brasileiros que constituam espaço qualificado, dos quais no mínimo metade tenha sido produzida por produtora brasileira independente;
 - b) Investir diretamente na produção ou licenciamento de conteúdos audiovisuais brasileiros independentes que constituam espaço qualificado; e
 - c) Garantir a equidade na divulgação de conteúdos audiovisuais brasileiros, inclusive de produção independente, através de exposição visual equilibrada na interface do serviço de comunicação audiovisual sob demanda, mesmo nos casos em que se utilizem mecanismos de sugestão preferencial de obras.

- (vi) *Criar um regime diferenciado, isentando provedores dos serviços de vídeo por demanda, recomenda-se que sejam excluídas das obrigações dispostas no item anterior as microempresas e as empresas de pequeno porte optantes pelo Simples Nacional, para que não se crie barreiras para o acesso ao mercado destes;*
- (vii) *A disposição de conteúdos audiovisuais brasileiros de espaço qualificado deverá ser no percentual mínimo de 20% (vinte por cento) do total de horas de conteúdo audiovisual disponibilizado no catálogo;*
- (viii) *Adotar um regime de tributação da CONDECINE baseado na receita das provedoras de conteúdo e das plataformas de compartilhamento de vídeo. (ANCINE, 2017).*

No item c se insere a discussão tão alardeada sobre a “proeminência”. Assim como a Lei do SeAC possui regras específicas para veiculação de conteúdos brasileiros em Espaço Qualificado (numa relação com o horário nobre), é defendido pelo mercado que o mesmo princípio seja aplicado ao VoD, no qual a interface das plataformas deve prestigiar e oferecer conteúdos brasileiros, independentes ou não, de forma acessível e visível.

Grande parte das discussões travadas sobre a regulação do VoD focou na questão tributária, opondo defensores de um:

Regime com a base de cálculo baseada na receita das empresas provedoras e plataformas de compartilhamento.

Regime baseado em um valor devido em função de cada título ofertado pela plataforma.

Uma terceira corrente também existiu, defendendo a criação de um regime misto de tributação, por receita e por título, a depender da natureza do serviço prestado e do porte da empresa. Embora o entendimento sobre esse tema tenha sempre oscilado muito, recentemente a fórmula baseada na receita das empresas parece ter se assentado como a menos nociva de uma maneira geral.

Considerando tal forma de tributação, poderiam ser levados em consideração os valores auferidos por meio de:

- assinatura, direta ou indireta, para acesso a catálogo, no todo ou em parte;
- aluguel, cessão ou venda de conteúdo audiovisual individualizado;
- cessão de espaço publicitário e inserção publicitária.

Em 2019, a ANCINE, em novo contexto, abre outra consulta pública para reavaliar o impacto de uma eventual regulação do mercado de VoD/CAvD, culminando em um extenso relatório que buscou dirimir os questionamentos e debates que se travaram desde a última consulta, em 2017.

O documento, muito embora apresente alguns pontos inconclusivos, por outro lado aponta uma certa maturação no entendimento da agência sobre os principais focos de discussão do tema, conforme se sintetiza a seguir.

- i. O VoD finalmente se consolida como o ponto central das estratégias de desenvolvimento do mercado audiovisual, uma vez verificada sua plena expansão, enquanto outros segmentos – notadamente, Cinema e TV por Assinatura – apresentam retrações.*
- ii. Neste contexto, a Netflix é apontada como a empresa dominante do mercado, apresentando “padrões monopolistas”. O que, no entanto, não garante a sua perene hegemonia, à vista de novos fortes concorrentes que se consolidam ou planejam adentrar ao mercado - entre eles, a Amazon Prime Video, Apple, Disney e WarnerMedia.*
- iii. O problema da isonomia regulatória e a sua diferenciação entre os segmentos de VoD e TV por Assinatura ainda são apontados como um desafio a ser superado, tendo em vista a relação de substituibilidade e concorrência entre os setores, com franca vantagem concorrencial dos provedores de VoD, sobretudo no tratamento tributário e pelas regras de cotas e restrições de propriedade cruzada aplicadas previstas na Lei do SeAC.*
- iv. Há, ainda, o reforço da preocupação quanto a adequação dos provedores de VoD à legislação brasileira. Dada a extraterritorialidade dos serviços de VoD, uma futura regulação do mercado deve garantir a plena aplicabilidade do ordenamento jurídico nacional às empresas que, de alguma forma, atuem no mercado brasileiro.*
- v. Em relação às competências das autoridades regulatórias, o relatório aponta a fórmula constante na Lei do SeAC a ser replicada para o VoD, com o “acompanhamento do mercado de comunicações eletrônicas (as redes de telefonia, TV e internet, terrestres e satelitais) pela ANATEL e o mercado audiovisual (da produção ao empacotamento) pela ANCINE”.*

vi. Sobre a aplicação de sistemas de cotas de conteúdos aos provedores de VoD, o relatório aponta que os diferentes modelos de negócios, especialmente o TVoD (transacional) e o SVoD (por subscrição/assinatura), apresentam desafios quanto a uma uniformidade de uma regra geral, já que a obrigação de disposição de conteúdos brasileiros independentes pode afetar prejudicialmente as receitas dos provedores que operam no modelo de TVoD. Para a SVoD, o relatório indica que, embora elas possam reproduzir o mesmo ciclo virtuoso verificado na TV por Assinatura, “é recomendável que para o SVoD as cotas, caso sejam adotadas, sejam mais flexíveis, permitindo uma transição gradual até o nível de oferta desejado, tendo em vista a falta de evidências sobre as consequências da adoção imediata desse mecanismo nos moldes atuais”.

vii. O mesmo entendimento é observado na questão de proeminência dos conteúdos, vez que no modelo de TVoD, pode afetar negativamente as receitas das empresas. Já para o modelo de SVoD, a proeminência gera um efeito peculiar, pois há a construção de valor aos conteúdos disponibilizados em uma escala hierárquica superior aos outros. O relatório indica que esse valor agregado pode beneficiar as produções independentes, que, mesmo que não percebam algum benefício econômico direto nessa janela, podem incrementar o valor das licenças subsequentes, assim como valor da sua marca e das eventuais obras derivadas. Dessa forma, recomenda o relatório da ANCINE que, “nos dois serviços cabe discutir o papel das medidas regulatórias que prescrevam obrigações quanto à promoção e exposição dos conteúdos em páginas e seções valorizadas do catálogo e nos roteiros e ofertas sugeridos.”

viii. O relatório também externa preocupação em relação à regulação dos direitos de licenciamento dos conteúdos, especialmente em relação aos conteúdos independentes, de modo que a regulação possa (a) defender o ambiente de produção independente e nacionalidade das obras audiovisuais, como também, (b) preservar certo equilíbrio nas relações negociais entre os agentes econômicos e seus interesses para que (c) possa se manter efetiva e rentável a circulação de obras independentes.

ix. Por fim, em relação ao modelo de CONDECINE mais adequado ao VoD, o relatório não chega a uma conclusão concreta, ainda que faça importantes ressalvas quanto aos modelos estudados.

a) CONDECINE-TÍTULO: este modelo se apresenta inoportuno, já que, sob a prestação de uma alíquota fixa (sob cada título), acaba tratando igualitariamente empreendimentos diversos. O efeito nocivo deste modelo é que ele tributa maiormente catálogos mais extensos, mesmo que isso não

implique numa rentabilidade do provedor, podendo ocasionar “redução da quantidade e diversidade dos títulos, dificuldades de inclusão de obras independentes, menor oferta de serviços e maior concentração.”

- b) CONDECINE-RECEITA: é proposta como alternativa ao modelo anterior. Nesse sentido, discute-se se deve haver uma revisão geral da CONDECINE-TÍTULO para todos os segmentos ou se prevê tal modelo apenas para o VoD. A ANCINE se inclina para uma revisão geral do modelo atual por títulos, já que assim haveria a garantia de maior equidade e isonomia entre diferentes provedores, resolveria parte do tratamento desigual entre os segmentos e implicaria em maior simplificação de processos e menor custo burocrático.*
- c) CONDECINE - ASSINATURA e TRANSAÇÕES: este modelo seria a aplicação de uma alíquota fixa sobre as operações financeiras realizadas pelos provedores, seja no valor da assinatura ou de uma transação. Este modelo, embora não afete a extensão dos catálogos, “não considera as diferenças de preços e tende a valorizar os serviços mais bem colocados e a penalizar os menores preços. Além disso, o modelo não alcança os serviços baseados em publicidade”.*
- d) CONDECINE-CATÁLOGOS: seria a cobrança do tributo aplicada sobre o número de obras disponíveis nos catálogos de cada provedor. É uma variante da CONDECINE-TÍTULO, apresentando os mesmos efeitos negativos de igualar sob a mesma alíquota empreendimentos desiguais, sem levar em conta a capacidade contributiva de cada e incorrendo em dificuldades para o tratamento de obras seriadas. (ANCINE, 2019).*

Sobre a questão da tributação dos provedores de VoD, o relatório de 2019, embora tenha destrinchado melhor os modelos discutidos e tenha timidamente apontado para a alternativa sobre receitas, ao fim, não chega a uma conclusão concreta.

Bastou-se recomendar atenção à capacidade contributiva dos agentes e buscar o tratamento igualitário entre os serviços e segmentos. Reforçando sua recomendação do relatório de 2017, o mais recente também indica que o modelo a ser adotado deve prezar pela progressividade, “ou mesmo isenção das operações de menor faturamento”.

6.3.3.5 Aspectos jurídicos contratuais para os produtores de conteúdo que prestem seus serviços para plataformas de VoD

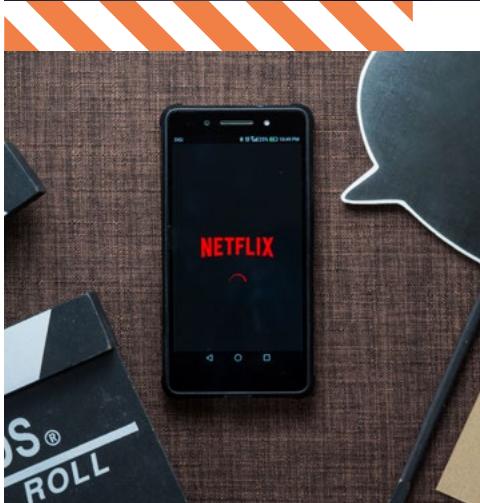
Partindo para uma análise na prática, além das regras básicas de qualquer produção, os produtores e gestores de conteúdos audiovisuais destinados ao mercado de distribuição para as plataformas de vídeo sob demanda devem se atentar a alguns pontos peculiares desse segmento.



Um deles é a ausência de uma regulação específica. Atualmente não se verifica nenhuma regra que imponha a obrigatoriedade de investimentos dos agentes econômicos de provedores de conteúdo sob demanda para a injeção em produções brasileiras independentes. Isso, por outro lado, não implica dizer que não haja qualquer tipo de investimento na indústria nacional.



Na verdade, há um crescimento contínuo de valores investidos na produção de obras brasileiras pelas empresas que prestam este serviço, já que é sabido que o aumento da base de assinantes se dá também por meio da oferta de produtos que se comuniquem diretamente com o público almejado.



A Netflix, por exemplo, no final de 2019 – portanto, antes da crise de saúde pública da Covid-19 – havia anunciado que investiria por volta de R\$ 350 milhões em produções nacionais no ano de 2020.

Pela circunstância da pandemia, certamente a meta não foi alcançada, mas há uma justa expectativa de que esse ímpeto investidor se mantenha para o Brasil, hoje o segundo maior mercado em número de assinantes da plataforma.

Fique por dentro



O Brasil também é o terceiro mercado em receitas da Netflix, segundo estudo da Compari Tech. Para ler o estudo, acesse [este link](#).



A entrada de novas plataformas e a consolidação de outros provedores já estabelecidos no mercado nacional, com o acirramento da concorrência entre elas, justificam por si a crença de que o setor continuará a aquecer e incrementar os investimentos na indústria audiovisual brasileira.

O grande ponto, contudo, é que a desnecessidade de cumprimento de produção ou a exibição de conteúdos brasileiros independentes – ou seja, que não sejam controlados ou de alguma forma diretamente relacionados com as provedoras de conteúdo sob demanda – **resultam em um cenário no qual as empresas produtoras brasileiras servem a este modelo de negócio como prestadores de serviços, sem qualquer exercício do poder dirigente ou domínio patrimonial sobre a obra**. Isso é diferente do universo da TV por assinatura, sobre a qual a Lei do SeAC resguarda essa prerrogativa para os produtores brasileiros independentes.

Essa é uma noção muito importante e que se traduzirá posteriormente no arranjo contratual realizado entre as produtoras audiovisuais e as plataformas de VoD.

Nesse sentido, atualmente as produtoras brasileiras são contratadas pelas plataformas para que prestem um serviço, isto é, para que tão só produzam um filme, uma série, um documentário ou qualquer outro tipo de conteúdo.

Insights



O poder dirigente e os direitos de exploração econômica da obra resultante, contudo, ficarão sob a titularidade da plataforma de VoD. E isso se alcança, juridicamente, através da disposição contratual usualmente encontrada nestes documentos, a qual determina a “[...] cessão e transferência total, universal, irrevogável e irretratável de todos os direitos envolvendo a criação específica, em exclusividade à Contratante (plataforma de VoD), inclusive dos direitos autorais.”

Essa construção contratual recorrente nesses negócios vai exigir do produtor executivo e do gestor dessas obras audiovisuais uma diligência e disciplina para transferir essa disposição a todos

os contratos que decorrem da produção da obra e que, pela natureza do objeto ou do serviço contratado, se perceba a existência de direitos de autor do profissional contratado.



Só para citar alguns, temos o diretor, os atores, as atrizes e as modelos (com os direitos conexos e direitos de personalidade), o roteirista, o diretor de animação (se for o caso), o(s) compositor(es) da trilha sonora e tantos outros profissionais que possam, de alguma maneira, emprestar uma criação artística para a obra audiovisual, como o diretor de fotografia, o cenógrafo, o diretor de arte, o maquiador, e por aí vai.

Outras práticas comuns exigidas nessas contratações pelas plataformas de VoD para as produtoras brasileiras são:

- cláusulas de confidencialidade sobre a obra a ser produzida com disposições rígidas para a preservação de qualquer informação sobre o conteúdo;
- cláusulas bem delimitadas para comprometimento da produtora audiovisual com políticas contra o assédio moral e assédio sexual durante a produção;
- cláusulas de indenização e aplicação de multa contratual caso haja qualquer dano à imagem da plataforma por algum evento ocorrido que seja de responsabilidade da produtora contratada;
- atendimento às diretrizes (*guidelines*), recebidas pela plataforma que deverão nortear a elaboração de todos os contratos pelo jurídico da produtora;
- Regras sobre compras de imagens obtidas de banco de imagens e demais materiais de terceiros, e
- realização de *clearance* de marcas, obras intelectuais protegidas e trilha sonora, conforme orientações recebidas nos *guidelines* da plataforma.

6.4 Aspectos jurídicos para produção de *branded content* / conteúdo de marca

Assim como as plataformas de vídeo sob demanda apresentaram-se com um novo modelo de negócio e uma nova fonte de receitas, a produção de *branded content*, ou conteúdo de marcas, se notabilizou nos recentes anos também como uma alternativa ao ingresso de receitas para as empresas produtoras.

Fique ligado



São, assim, o VoD e o *branded content* a nova (já não tão nova!) fronteira para a produção audiovisual, atuando esses segmentos do mercado como proveitosas opções para o incremento da atividade das produtoras.



Para abordar as singularidades dos aspectos jurídicos da produção de conteúdo de marcas, é preciso, antes, desenhar as linhas gerais do que é *branded content* ou, ao menos, como ele se desenvolve no mercado brasileiro.

6.4.1 Breve contextualização do *branded content*

O *branded content* surge como um formato circunstancial, modificando a forma tradicional de produção publicitária para trazer ao público consumidor uma nova forma de percepção e experimentação da comunicação publicitária.

Hoje, os indivíduos têm cada vez menos tempo livre, ao passo que estão mais avessos à intrusão invasiva do formato tradicional de publicidade. A internet e as novas formas de consumo de conteúdos audiovisuais, inclusive com a escolha do próprio usuário sobre o conteúdo a ser apreciado, como se opera nas plataformas de vídeo sob demanda (VoD), criaram um novo comportamento social de consumo de conteúdos. Hoje, é o indivíduo quem escolhe, a qualquer tempo, o que quer ver, diferentemente da lógica da grade rígida de programação, em que o sujeito consome apenas o que lhe oferecem naquele instante.



É nesse contexto que surge o *branded content*. Trata-se de uma forma híbrida de engajamento de comunicação publicitária, na qual suas produções se caracterizam por tanto prestarem aos anseios comunicativos das marcas, como também se prestam à apreciação proveitosa para o consumidor, promovendo o seu entretenimento ou a sua informação.

Saiba mais



Para saber mais sobre o assunto, leia a tese de Pablo Moreno Fernandes Viana, intitulada “Publicidade que entretém: conteúdos de marca no contexto digital”, disponível [neste link](#).

É uma forma moderna criada pela Publicidade para fugir da aversão do público mais jovem ao formato tradicional da publicidade – dos reclames televisivos de 30 segundos.

O caráter híbrido do *branded content* se verifica exatamente na noção de que tanto ele será uma comunicação publicitária, como será também um conteúdo audiovisual. Ou melhor, são comunicações ativadas por uma marca, nem sempre de cunho publicitário.

Isto é, resumidamente, nem sempre intencionam vender um produto ou um serviço diretamente, mas, desejam, de alguma forma, comunicar a marca, quase sempre pelos princípios e valores narrados numa história contada, que são revestidas pelos formatos de conteúdos de entretenimento e/ou informativos.

Assim, as marcas empenham a produção de filmes, de longa, média e curta duração, ficcionais ou não, séries, documentários, animações, programas de variedades, realities, enfim, de todo formato audiovisual possível e imaginável.

Algumas vezes, é até difícil discernir a presença da marca naquela história. Ela de alguma maneira aparece, mas de forma muito mais sutil do que a publicidade tradicional e de maneira mais atrelada à história produzida.

Considerado pelos estudiosos do tema como o primeiro grande caso dessa hibridização intencional entre publicidade e entretenimento, a série *The Hire*, de oito curtas-metragens produzidos em duas temporadas nos anos 2001 e 2002 para a marca automotiva BMW, marca o início de uma era da produção publicitária moderna.

Os filmes, sempre dirigidos por renomados diretores cinematográficos e produzidos com extremo cuidado, retratavam histórias em que os carros da marca apareciam como meros acessórios à narrativa.

O ímpeto da marca era, nitidamente, de entreter o consumidor e, com isso, se relacionar com o seu público de uma forma muito mais profunda e sinergética.

A série de curtas-metragens fez um sucesso estrondoso, especialmente pela sua distribuição pela internet, tornando-se uma referência para a nova publicidade mundial.

Fique por dentro



Para conhecer mais sobre esse processo, leia o livro de Rogério Covaleski, intitulado *Cinema e publicidade: intertextos e hibridismos*.



Essa breve exposição é útil para demonstrar o atual cenário da publicidade baseado, também, na produção de conteúdo de marcas. Aqui, a internet se destaca com um papel fundamental ao promover uma revolução comportamental que vai de encontro com essa fronteira do *branded content*.



A internet promove uma nova maneira de consumir conteúdos, notada numa comunicação não mais unilateral, mas numa troca multidirecional, em que o receptor de uma mensagem é ou pode ser também um emissor.



O consumo de conteúdos audiovisuais hoje é percebido, na maior parte do tempo, por meio de equipamentos móveis individuais.



A internet permite não só a escolha do usuário sobre o conteúdo, mas também o compartilhamento destes, trazendo uma maior integração e interatividade do consumidor e sua rede de contatos com as narrativas propostas pelos anunciantes.

E esta é uma outra das bases lógicas do *branded content*: ao se aproximar do consumidor de uma maneira mais aprazível e amigável, pretende-se sensibilizá-lo a ponto de fazê-lo propagar o conteúdo para sua rede de contatos, desenvolvendo uma veiculação espontânea e muito mais efetiva da comunicação pretendida pela marca anunciante.

6.4.2 *Branded content versus advertainment versus product placement*

Cabe, neste ponto, uma breve diferenciação entre *branded content*, *advertisment* e *product placement*. São técnicas próximas, mas diferentes entre si.

6.4.2.1 *Product placement*

No Brasil, é erroneamente confundida com o termo *merchandising*, e se traduz na estratégia publicitária em que uma marca anunciante insere seu produto ou serviço em algum conteúdo de entretenimento previamente desenvolvido. Há apenas a justaposição da marca dentro do conteúdo, não se relacionando mais profundamente com a narrativa central do conteúdo.

Geralmente, é uma contrapartida assumida pelos produtores audiovisuais em troca de patrocínio para a obra audiovisual e há uma nítida identificação de apresentação publicitária da marca. Há, em tese, uma maior liberdade criativa para o produtor, sem maiores ingerências da marca na narrativa.

6.4.2.2 *Advertainment*

Caracteriza-se pela intenção de sensibilizar o espectador quanto à mensagem, e não apenas pela mera inserção da marca, como é no *product placement*.

Fique ligado



Busca-se criar certo interesse e, assim, produz-se conteúdos mais longos e com uma narrativa mais elaborada, que buscam satisfazer e atrair a atenção dos consumidores, imergindo-os na história contada.

Por isso, antes de serem mensagens diretas das marcas, são produtos de interesse e apreciação dos consumidores, embora ainda mantenham uma conexão forte e visível com a marca anunciante.

6.4.2.3 Branded content

É um passo além do *advertising*, que é uma mensagem publicitária revestida no formato de conteúdo de entretenimento. O *branded content*, por sua vez, é o contrário: é essencialmente um conteúdo de entretenimento, que acaba por se prestar para uma comunicação engajada por uma marca. Assim, verifica-se certa autonomia editorial e criativa, afastando a narrativa de uma mera finalidade comercial e publicitária.



A inovação toma por base a necessidade da marca em se comunicar de maneira mais perene e harmônica ao cotidiano dos consumidores, aproveitando aquele espaço não apenas para propagar a marca, mas para contar uma história que relate e interligue subjetivamente os valores e princípios que identificam aquela anunciante para seu público-alvo.

Ao atuar primeiramente como um conteúdo de entretenimento, pretende-se fechar um círculo virtuoso para a comunicação, envolvendo as etapas de:

- persuasão;
- entretenimento;
- interação;
- compartilhamento.

6.4.3 Aspectos jurídicos na prática da produção de conteúdo de marcas (*branded content*)

Definir um conceito sobre o que é *branded content* é um enorme desafio. Não há uma fórmula fechada, podendo o conteúdo de marcas adquirir uma infinidade de formas e formatos.

O conteúdo de marcas e estrutura, então, numa complexidade de formatos e objetivos da comunicação social, integrados ao grande objetivo que é a criação de histórias relevantes que realmente conectem e construam um diálogo da marca com sua audiência (público-alvo), extrapolando os limites delimitados por outros instrumentos/formatos essencialmente publicitários.

Exatamente por isso que é de extrema dificuldade apontar para apenas uma direção quando comentamos sobre os aspectos jurídicos desse tipo de conteúdo. Cada produção, cada projeto e cada campanha desenharão suas próprias demandas e nuances.

De maneira geral, contudo, é possível indicar algumas situações possíveis encontradas no *branded content* que impactam no desenho jurídico a ser desenvolvido:

Há sempre uma marca anunciante por trás do projeto

Seja de maneira direta, participando ativamente da criação, ou indireta, meramente financiando um projeto, o conteúdo de marca pressupõe sempre a presença de uma marca anunciante por trás da produção.

O processo criativo pode se iniciar através da Produtora

O formato de produção publicitária tradicional obedece, quase sempre, a uma linha cronológica linear, que se inicia na anunciante, passando para a criação de uma agência e, ao fim, com a execução de uma produtora. Esta lógica, no entanto, pode ser invertida em alguns casos de conteúdos de marcas, já que as produtoras audiovisuais detêm justamente a expertise necessária para a criação de conteúdos de entretenimento. Assim, um projeto, se bem pensado e com os contatos certos, pode ser apresentado por uma produtora diretamente à marca e/ou agência de publicidade.

Há uma maior liberdade criativa e editorial das produtoras

Em comparação com os formatos publicitários tradicionais, percebe-se uma participação criativa muito mais presente da produtora ao longo de todo o processo de produção do conteúdo.

A mídia digital é o grande canal de veiculação do *branded content*

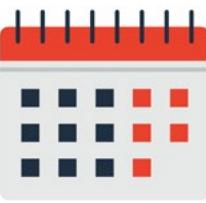
Existem exemplos de conteúdos de marcas destinados à veiculação em todas as mídias, desde a TV aberta, para TV por assinatura, para plataformas de VoD, cinemas, e todas as demais. No entanto, é notável uma predominância destes projetos para a veiculação em mídias digitais, sobretudo nas plataformas de compartilhamento de vídeos e redes sociais, por meio dos perfis das marcas anunciantes.

6.4.4 Modelos de negócios e tipos de contratos

Os modelos de negócios, logo os tipos de contratos, que se verificam na prática da produção de *branded content* variam conforme as peculiaridades de cada projeto. Não é possível esboçar um modelo referencial que sirva justamente para todas as ocasiões, pois cada situação exigirá um arranjo diferente.

De uma maneira superficial, o mercado publicitário usualmente trabalha com o modelo de contratação da produtora, pela agência de publicidade, por conta e ordem do anunciante, que se formaliza no contrato de produção.

Nele, dispõe-se tanto da prestação de serviço da produtora – a saber, a produção do projeto audiovisual em si – como também se acordam os limites para a concessão dos direitos autorais da obra publicitária, determinando:

	Por quanto tempo (prazo).
	Por quais países ou regiões (território).
	Em quais segmentos (mídias) será autorizada a veiculação do filme publicitário.

É um modelo que adota uma remuneração proporcional à extensão do uso da peça publicitária e, no caso de vencimento da vigência daquele contrato, podem as partes contratantes (produtora, de um lado, e agência de publicidade e anunciante, de outro) ajustarem um novo acordo, renovando a veiculação daquela obra. Nesse sentido, há uma transferência provisória dos direitos autorais em favor do anunciante, mas que retornam à produtora quando findo o prazo disposto no contrato.

Sucintamente, esse é o modelo de negócio clássico da publicidade e, certamente, ele é reproduzido para a grande maioria das produções de conteúdo de marcas, cabendo algumas adaptações e adequações a cada projeto.

Por exemplo, para as peças de *branded content* que se formalizam com esse modelo, é comum que haja a cessão dos direitos autorais da produção audiovisual para a titularidade da marca anunciante – já que, como peças de entretenimento, devem ser mais “livres” para a sua comunicação ao público.

Fique ligado



Isso é algo parecido com o que acontece nas obras cinematográficas em que as produtoras devem se assegurar de todos os autores da obra cederem seus direitos para que a produtora possa explorar economicamente o filme sem maiores entraves legais.

Nesses casos, não há uma transferência provisória, mas uma transferência pelo tempo máximo permitido em lei, ou seja, de 70 anos do ano subsequente da divulgação da obra. Durante todo esse período, a obra será de titularidade da marca anunciante.

Por outro lado, verifica-se uma maior participação e iniciativa criativa das produtoras nos projetos de *branded content*.

Fique por dentro



Com isso, desenha-se um novo cenário, trazendo uma tendência de um modelo de negócio que contemple uma coparticipação na exploração econômica das obras, que pode ser encontrada na recomendação do IV Fórum da Produção Publicitária para um modelo de coprodução e/ou coparticipação dos projetos de *branded content* entre a produtora, a marca anunciante e, quando presente, a agência de publicidade, que exerceriam conjuntamente o poder dirigente da obra produzida.

Assim, o modelo de negócio proposto pelo Fórum da Produção Publicitária se destaca por premiar essa participação mais ativa das produtoras, que aproxima o talento criativo do universo das produções de conteúdo de entretenimento para o universo da publicidade.

Seguindo essa lógica, importa anotar algumas diferenças entre o modelo contratual proposto e o modelo de contrato de produção publicitária tradicional. Nesse sentido, o modelo do Fórum da Produção Publicitária destaca alguns pontos. Confira.

Adota a premissa de uma empreitada conjunta com divisão dos riscos e ganhos, ao invés da lógica de mera prestação de serviço do modelo tradicional.

Estipula uma maior participação criativa e decisória para Agências de Publicidade e Produtoras.

Determina uma divisão mais equilibrada e harmônica das responsabilidades assumidas por cada parte, em vista da maior participação de cada um.

Assume uma postura negocial de paridade entre as partes contratantes, quebrando a lógica de obra sob encomenda, e impondo a lógica de coprodução.

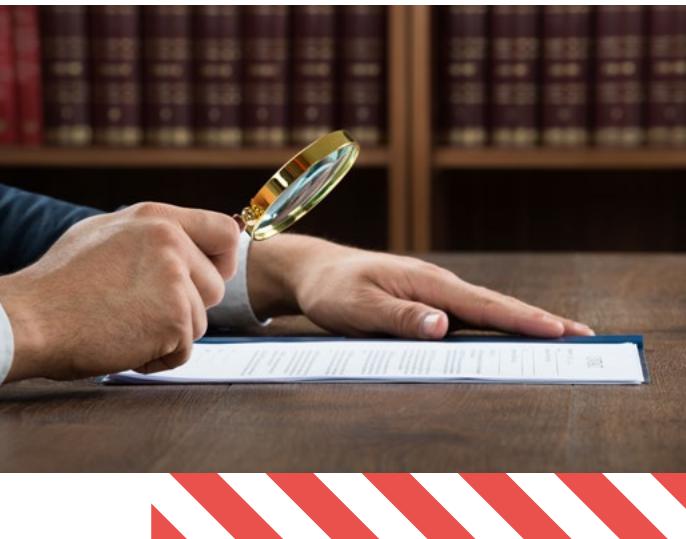
Garante a participação da Produtora e da Agência de Publicidade, quando for o caso, nos direitos autorais envolvidos na obra produzida.

Designa formas alternativas para exploração econômica da obra, por meio da difusão da titularidade das modalidades de exploração dos direitos patrimoniais das obras.

6.4.4.1 A necessidade de regulação do *branded content* pela ANCINE

Atualmente, não existe uma regulação específica para as obras de conteúdos de marcas, de modo que, quando uma obra dessa é registrada na ANCINE ou é feito o registro de uma obra não publicitária (igual aos filmes, séries, etc.) ou é realizado o registro de uma obra publicitária.

A divisão binária da regulação da ANCINE – dividindo as obras audiovisuais entre publicitárias ou não publicitárias – apresenta uma rara deficiência regulatória da agência, trazendo uma enorme insegurança jurídica quando tratamos de *branded content*.



A começar pela incerteza da natureza do registro que o conteúdo deve se inserir, a decisão se a obra produzida é ou não publicitária, hoje, é feita de forma subjetiva na análise do registro da obra. Uma regulação específica poderia aclarar e dispor um elemento objetivo de caracterização da natureza da obra audiovisual.

Pela natureza híbrida do conteúdo de marca, horas se assemelhando como obra publicitária, horas se exercendo como obras de conteúdo, parece que o mais sensato seria abandonar a atual divisão dúplice, para adotar um terceiro tipo de obras audiovisuais: o conteúdo de marcas.

Insights



Ao prever expressamente este novo tipo de obra audiovisual, seria criado um ambiente mais favorável para uma abordagem mais ajustada do conteúdo de marcas e de suas dinâmicas próprias.



Uma regulação específica poderia reconhecer o caráter híbrido destas produções, na qual há uma participação significativa das produtoras e, por exemplo, poderia prever a possibilidade de (i) pontuação das produtoras responsáveis, ou, a depender da natureza da obra, poderia ela (ii) eventualmente cumprir cotas de obras brasileiras em espaço qualificado; ou, ainda, eventualmente poderia se instituir um sistema próprio de arrecadação e investimento direto destes tipos de obras, sob a regulação e fiscalização da ANCINE.

A adoção de um sistema mais atento às tonalidades e diversidades dos conteúdos de marca poderia, além de trazer mais segurança jurídica para o mercado, incentivar e fomentar este nicho tão prolífico e cada vez mais presente no mercado audiovisual na atualidade.

6.4.2 Produção publicitária *versus* produção de conteúdo

Falar sobre produção de conteúdo de marca acaba embarcando também uma dimensão acerca da produção audiovisual publicitária. O *branded content* é justamente um hibridismo entre os universos de produção de conteúdo e de produção publicitária, assumindo características que às vezes se aproxima de um universo, enquanto se afasta do outro.

Fique ligado



Isso evidencia um certo distanciamento entre as duas formas de produção, cabendo a cada uma delas um regramento específico, que vai ditar também uma diferença na própria forma de produzir e nos cuidados que serão exigidos dos produtores e gestores das obras audiovisuais produzidas.

Como é possível se imaginar, a produção em si assume uma dinâmica muito diversa quando comparadas a publicidade e a produção de conteúdos e, aqui, trataremos especificamente das diferenças em relação aos aspectos jurídicos.

6.4.3 A presença de uma marca anunciantee a finalidade comercial da obra publicitária

A diferença substancial que contrapõe a produção publicitária e a produção de conteúdos é que, na primeira, haverá sempre a presença de uma marca anuncianta por detrás do projeto. Isso reveste as produções publicitárias com uma característica fundamental de “**finalidade comercial**” da obra produzida.

Assim, as obras publicitárias têm como primeira função a de servir como uma ferramenta para uma comunicação publicitária que, por sua vez, pretende ativar ou engajar uma comunicação entre uma marca e seu público.

A finalidade comercial não está apenas relacionada à necessidade ou desejo de uma marca em promover a venda de um produto ou serviço seu. Isto é, a finalidade comercial não recai apenas pelo escopo de lucratividade de um projeto.

Afinal, se pensarmos num filme pensado para exibição cinematográfica, certamente seus produtores tenham algum intuito de lucrar com aquela obra, como forma de não só recuperar os investimentos realizados, mas também de perceber alguma remuneração pelo projeto.

A diferença, então é que, enquanto o conteúdo (filmes, séries, documentários, entre os outros tipos) se prestam a uma função primeira de fruição estética, informativa e/ou de entretenimento; a produção publicitária se destina primeiramente a satisfazer uma demanda/necessidade de uma marca anunciante, dentro da sua estratégia comunicacional.

Insights



Aqui, percebe-se o quanto complexo é o *branded content*, que analisamos no item anterior. A sua natureza híbrida entre conteúdo e publicidade faz surgir novos questionamentos sobre o seu real enquadramento no ordenamento jurídico.

Via de regra, a própria presença de uma marca anunciante no desenvolvimento do projeto irá aproximar o conteúdo de marca de uma regulamentação similar das produções publicitárias.

No entanto, excepcionalmente e a depender da natureza e das singularidades do projeto, fazendo as devidas adequações, poderá ele se aproximar mais do regramento dispensado para as produções de conteúdo.

Uma produção publicitária será objeto de uma prestação de serviço da produtora e sempre estará atrelada à marca anunciante, implicando diferenças fundamentais de algumas regras, sobretudo, quando se trata de autorizações e licenciamentos de direitos de terceiros.

Fique ligado



É importante frisar que as diferenciações aqui apontadas entre produções publicitárias e produções de conteúdos não são imperativas e/ou categóricas. Na maioria dos casos, elas serão sim observadas, mas, certamente caberão algumas exceções a depender de cada projeto em si.

Vamos destacar algumas autorizações e licenciamentos de terceiros a seguir. Confira.

6.4.3.1 Direitos autorais de obras preexistentes

Enquanto em algumas produções de conteúdo poderão se observar algumas hipóteses de desnecessidade de autorização para o uso de obras preexistentes, nas produções publicitárias, a regra geral é de sempre regularizar por meio da autorização do uso de uma obra que seja protegida pelo direito autoral.

O caso mais emblemático dessa diferença é o da disposição do art. 48 da Lei n. 9.610/1998 (Lei de Direitos Autorais), no qual seria livre a representação das obras situadas em logradouros públicos.



Isto é válido, contudo, apenas para as produções de conteúdo. Para as produções publicitárias, embora haja algumas hipóteses excepcionais, há diversas decisões judiciais que determinam a obrigatoriedade de autorização para retratar estas obras, justamente pelo fato de haver uma ligação com a marca anunciante e, portanto, de haver intrínseca finalidade comercial da obra produzida.

Resumidamente, sempre que houver o uso de uma obra preexistente protegida pelo direito autoral em uma produção publicitária, recomenda-se que haja a devida autorização dos titulares daquela obra; em uma produção de conteúdo, há mais flexibilidade quanto às autorizações, já que em alguns casos há a limitação do direito autoral da obra preexistente.

6.4.3.2 Direitos autorais dos diretores e da produtora

Os direitos autorais dos diretores e da produtora na obra audiovisual também são regrados de forma diversa entre os dois tipos de produções. Basicamente, na produção publicitária, o mercado adotou a fórmula de concessão de tais direitos para o anunciante e agência de publicidade, limitando o uso da obra publicitária em relação ao prazo de veiculação, às mídias e territórios (países ou regiões) contratados.

Sempre que houver o uso de uma obra publicitária fora desses parâmetros, será necessário fazer um novo ajuste com a produtora e com o diretor que, são, os titulares dos direitos autorais da obra audiovisual publicitária.

6.4.3.3 Direitos de personalidade e direitos conexos de atores, atrizes e modelos

O mesmo acontece com os atores, as atrizes e os modelos que figuram numa obra publicitária. No caso deles, há, além dos direitos conexos da interpretação, os direitos de personalidade de imagem, de som de voz e, eventualmente, do nome da pessoa, que são de certa forma “emprestados” para a marca anunciante.

Assim, como igualmente acontece com os diretores e produtoras, o uso desses direitos pela marca será sempre limitado pelo prazo de veiculação, mídias e territórios.

No entanto, cabe a observação de que um ator, uma atriz ou um modelo vinculam diretamente a sua imagem à marca anunciante, por isso nunca haverá autorização dos direitos de personalidade por um longo período de tempo, muito menos para sempre, como acontece com os filmes cinematográficos, por exemplo.

Vale lembrar que o mercado publicitário trabalha com a exclusividade da imagem destes profissionais, impedindo-os de trabalhar para outras marcas do mesmo segmento econômico. Por isso, usualmente as autorizações dos direitos de personalidade e conexos dos atores, atrizes e modelos se limitam ao prazo de 12 meses, que coincide com o prazo máximo de validade do Certificado de Registro de Título (CRT) da ANCINE para as obras publicitárias.

6.4.3.4 Lei dos artistas – arts. 13 e 14 da Lei n. 6.533/1978

O parágrafo único da Lei dos Artistas determina que “os direitos autorais e conexos dos profissionais serão devidos em decorrência de cada exibição da obra” (BRASIL, 1978), o que, de alguma maneira, é relativizado para as exibições de obras publicitárias, justamente pela impossibilidade prática de controle das exibições.

Nesse sentido, o art. 14 da mesma lei determina que os contratos destinados aos profissionais de uma produção publicitária devem constar, obrigatoriamente, as seguintes informações:

- o nome do produtor, do anunciante e, se houver, da agência de publicidade para quem a mensagem é produzida;
- o tempo de exploração comercial da mensagem;
- o produto a ser promovido;
- os veículos através dos quais a mensagem será exibida;
- as praças onde a mensagem será veiculada;
- o tempo de duração da mensagem e suas características.

Fique ligado



O fato é que a referida lei foi pensada numa era pré-internet. Hoje, com a rede mundial, qualquer tipo de conteúdo padece da incerteza e do descontrole de seu real alcance ao público. Ainda assim, a lei continua vigente e válida e cabe aos agentes de cada mercado apresentar soluções que satisfaçam os interesses de cada parte.

Memoryboard

Neste capítulo, conhecemos a importância da análise dos direitos individuais na obra, bem como seu licenciamento, assim como a pré-análise dos conceitos de formatos, tipos e qualificação de uma obra audiovisual e demais pontos legais que envolvem a produção do material para posterior negociação de direitos e distribuição de acordo com a necessidade de cada projeto, seja para cumprimento de cotas ou não.

7.

**A importância do
clearance na obra
audiovisual**



7 A importância do *clearance* na obra audiovisual

Autores: Gabriela Pires Pastore, Marcos Lara e Patricia Portaro

Coordenação técnica: Gabriela Pires Pastore e Marcos Augusto Pereira Lara

Objetivos

O objetivo deste capítulo é demonstrar a importância do processo de *clearance* na obra audiovisual, a fim de garantir que as produções atendam às regras de compliance e às normas internacionais mais diversas, com o intuito de facilitar a comercialização do material, livre de quaisquer descumprimentos às normas legais vigentes.

O capítulo aborda o processo de *clearance*, incluindo a análise de *clearance*, bem como elenca os pontos sensíveis mais recorrentes. Vale dizer que, como as obras audiovisuais são consideradas como obras coletivas e ricas em elementos visuais e fonográficos que as compõem, cruciais na elaboração da narrativa pretendida, há necessidade de criação de elementos fictícios originais que demandam pesquisas. Além disso, faz-se necessário o licenciamento daqueles preexistentes, de forma que o *clearance* acaba sendo de suma importância para o cumprimento das normas legais.

Vamos iniciar este capítulo assistindo a um vídeo? Confira.



7.1. Clearance

É importante dizer que existem dois tipos de serviços de *clearance* distintos, que podem ser realizados dentro de um projeto audiovisual:

Clearance

É o processo de pesquisa, negociação e obtenção de permissões de terceiros, relativos à diversos aspectos da produção audiovisual, quais sejam: obras arquitetônicas, artes visuais, materiais adquiridos em bancos de imagens, fotos ou vídeos de arquivo pessoal, imagem de pessoas públicas ou não, roteiros, filmes, fotos, músicas, livros, jogos, videogames, produtos, marcas, entre outros.

Análise de clearance

Consiste na identificação e na mensuração dos riscos inerentes à veiculação de uma obra audiovisual, considerando todos os direitos de terceiros envolvidos na produção e na análise das respectivas licenças e/ou autorizações relativas aos direitos autorais, de propriedade industrial, da personalidade e/ou de propriedade, e ainda a avaliação de obras em domínio público.

Mas quando iniciar o processo de *clearance*?

Idealmente começa-se com a leitura do roteiro da série, do filme ou do programa de TV, antes da filmagem. O primeiro relatório deve conter uma lista de todos os itens que precisam ser licenciados, com o intuito de iniciar as pesquisas e as negociações com os legítimos titulares dos direitos, evitando surpresas desagradáveis, como a não identificação de algum titular de direito, ou mesmo uma negativa de uso.

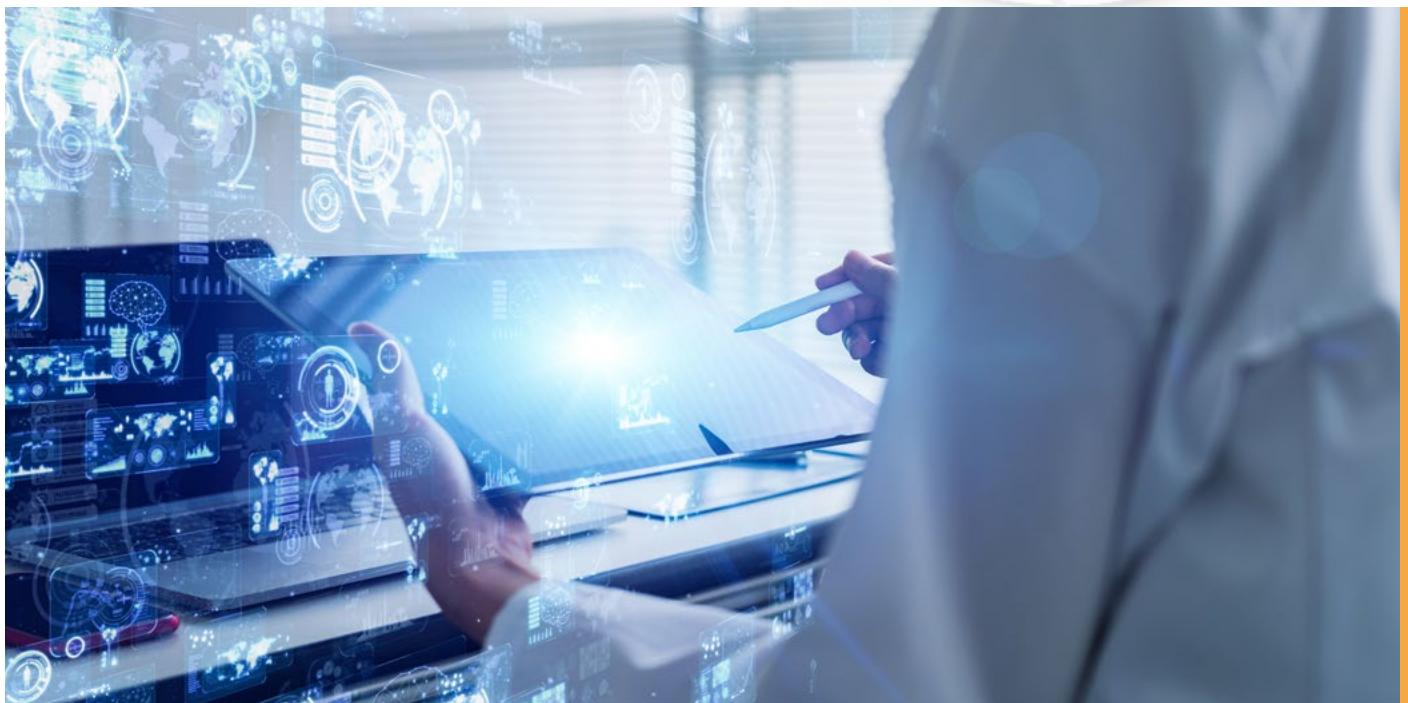
É possível fazer o processo de *clearance* com o material filmado ou já finalizado?

Sim, esse trabalho tem foco na avaliação de riscos do material já filmado. Primeiramente é feita uma análise de todas as licenças e autorizações obtidas e, caso não tenha sido possível obter as permissões necessárias, ou algum titular não tenha sido identificado, determina-se o grau de risco da produção.

Atualmente, a análise de *clearance* se faz cada vez mais necessária, não só para que a obra audiovisual esteja de acordo com as normas legais vigentes e, assim, protegida de eventuais reclamações, mas também para que a produtora adquira o Seguro de Erros e Omissões (ou E&O), exigido pelos players que atuam na distribuição e na exibição de conteúdo.

Vale ainda dizer que alguns distribuidores, plataformas de streaming e canais de TV adotam diretrizes (ou *guidelines*) que apontam as normas legais vigentes nos países de produção ou coprodução e determinam as normas de *clearance* a serem observadas.

Por ser um tema complexo, extenso e que abrange diferentes leis e inúmeras possibilidades de uso que devem ser analisadas, a seguir abordaremos o fundamento legal vigente no Brasil e os pontos sensíveis mais recorrentes.



7.2 Marcas

A Lei n. 9.279/1996, que regula os direitos e obrigações relativos à propriedade industrial, dispõe:

Art. 130. Ao titular da marca ou ao depositante é ainda assegurado o direito de:

[...]

II - licenciar seu uso;

III - zelar pela sua integridade material ou reputação.

[...]

Art. 132. O titular da marca não poderá:

[...]

IV - impedir a citação da marca em discurso, obra científica ou literária ou qualquer outra publicação, desde que sem conotação comercial e sem prejuízo para seu caráter distintivo. (BRASIL, 1996).

Dessa forma, o titular da marca pode se opor ao uso dela quando se tratar de uma obra com conotação comercial ou zelar pela sua reputação.

7.3 Citações e/ou usos positivos

Em contrapartida à lei citada anteriormente, nos últimos anos há uma tendência por parte das emissoras de TV e das plataformas de distribuição de conteúdo no sentido de não haver necessidade de obter autorização para uso de marcas citadas ou usadas de forma eventual em produções audiovisuais para cinema e TV, desde que a marca não seja exageradamente exposta e o uso não seja o objeto principal da obra nova, ou desde que seja associada a conteúdos sensíveis que possam afetar sua reputação.

Assim, o produtor, junto ao técnico responsável pelo *clearance*, deve fazer uma análise de riscos para entender, caso a caso, se as utilizações das marcas ou logomarcas envolvidas são positivas e se há algum risco envolvido, bem como qual a conotação da utilização pretendida.

A referida lei dispõe ainda que é crime reproduzir marca ou imitá-la de modo que possa induzir confusão, sem autorização do titular, conforme segue:

Art. 189. Comete crime contra registro de marca quem:

I - reproduz, sem autorização do titular, no todo ou em parte, marca registrada, ou imita-a de modo que possa induzir confusão; ou

II - altera marca registrada de outrem já apostada em produto colocado no mercado.

Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa. (BRASIL, 1996).

Um exemplo comum que podemos destacar seria a criação de cenários ou cidades cenográficas, em que há necessidade de criar materiais originais, tais como jornais, bebidas, alimentos, estabelecimentos comerciais, entre outros. Nesses casos, sempre deve haver cuidado para se evitar qualquer confusão ou conotação negativa com marcas ou logomarcas preexistentes, sejam elas de alto renome, notoriamente conhecidas ou não.

Nesse sentido, vale dizer que a análise de *clearance* requer uma pesquisa detalhada de registros de propriedade intelectual em órgãos competentes, busca na internet de marcas preexistentes ou de estudo sobre domínio de entes governamentais, a depender do caso.

7.4 Obras intelectuais protegidas

Por obras intelectuais protegidas, entendem-se todas aquelas elencadas no art. 7º da Lei n. 9.610/1998:

Art. 7º São obras intelectuais protegidas as **criações do espírito, expressas por qualquer meio ou fixadas em qualquer suporte, tangível ou intangível, conhecido ou que se invente no futuro, tais como:**

- I - os textos de obras literárias, artísticas ou científicas;*
- II - as conferências, alocuções, sermões e outras obras da mesma natureza;*
- III - as obras dramáticas e dramático-musicais;*
- IV - as obras coreográficas e pantomímicas, cuja execução cênica se fixe por escrito ou por outra qualquer forma;*
- V - as composições musicais, tenham ou não letra;*
- VI - as obras audiovisuais, sonorizadas ou não, inclusive as cinematográficas;*
- VII - as obras fotográficas e as produzidas por qualquer processo análogo ao da fotografia;*
- VIII - as obras de desenho, pintura, gravura, escultura, litografia e arte cinética;*
- IX - as ilustrações, cartas geográficas e outras obras da mesma natureza;*
- X - os projetos, esboços e obras plásticas concernentes à geografia, engenharia, topografia, arquitetura, paisagismo, cenografia e ciência;*
- XI - as adaptações, traduções e outras transformações de obras originais, apresentadas como criação intelectual nova;*
- XII - os programas de computador;*
- XIII - as coletâneas ou compilações, antologias, enciclopédias, dicionários, bases de dados e outras obras, que, por sua seleção, organização ou disposição de seu conteúdo, constituam uma criação intelectual.*

§ 1º Os programas de computador são objeto de legislação específica, observadas as disposições desta Lei que lhes sejam aplicáveis.

§ 2º A proteção concedida no inciso XIII não abrange os dados ou materiais em si mesmos e se entende sem prejuízo de quaisquer direitos autorais que subsistam a respeito dos dados ou materiais contidos nas obras.

§ 3º No domínio das ciências, a proteção recarará sobre a forma literária ou artística, não abrangendo o seu conteúdo científico ou técnico, sem prejuízo dos direitos que protegem os demais campos da propriedade imaterial. (BRASIL, 1998).

Assim, toda obra intelectual preexistente, seja ela um livro, quadro, grafite, obra arquitetônica, música, foto, vídeo etc., deve ser passível do processo de *clearance*, a fim de que seja analisada conforme o contexto da narrativa da obra; e sua utilização seja negociada de forma prévia e expressa para o uso pretendido, se necessário.

7.4.1 Stock footage

Os conteúdos de vídeos ou fotografias, disponíveis para compra em bancos de imagens brasileiros ou estrangeiros, são atualmente muito utilizados por produtores; trata-se de um dos pontos sensíveis mais recorrentes.

É importante saber que cada empresa possui uma política e normas específicas para a aquisição das imagens, mas a regra geral é que os bancos são detentores apenas dos direitos patrimoniais de autor das imagens e não dos direitos de terceiros que possam eventualmente estar retratados.

Por isso, deve-se analisar a situação de cada material individualmente, a fim de entender os direitos envolvidos na sua utilização, tais como:

Direitos de autor

Foto, vídeo ou tratamento/coloração que normalmente estão inclusos na licença obtida junto ao banco de imagem.

Direito da personalidade das pessoas retratadas

Que, de forma geral, não estão contemplados nesse tipo de licença.

Direito de propriedade industrial sobre marcas retratadas

As quais normalmente não estão contempladas em uma licença de *stock footage*.

Direitos autorais e conexos sobre trilha sonora

Se houver, necessariamente terão que ser autorizados separadamente pelos seus titulares.

Muitos veículos de comunicação e empresas do setor possuem contratos pré-negociados que facilitam a compra de conteúdo em bancos de imagens.

Todavia, é fundamental que se faça uma análise pontual, levando em consideração todas as excludentes abordadas no contrato, com base no material adquirido e na conotação de uso na obra. Considerando as singularidades do vídeo ou da foto, alguns direitos podem não estar garantidos, por exemplo:

Foto do sol se pondo no mar – direitos envolvidos: autor (fotógrafo e/ou diretor de fotografia). Normalmente, ambos cedem os seus direitos patrimoniais para o banco de imagem.

Foto de pessoas no vão central do MASP – direitos envolvidos: autor (fotógrafo e/ou diretor de fotografia), pessoas retratadas e museu. Nesse caso, normalmente, os direitos relativos à imagem, bem como às obras arquitetônicas, estão inclusos nas cláusulas de limitações do contrato para uso comercial.

7.4.2 Trilhas sonoras

A utilização de música preexistente em uma obra audiovisual também é chamada de sincronização musical.

Existem dois tipos de direitos envolvidos na sincronização:

- direitos autorais relativos à obra musical (ou composição);
- direitos fonográficos relativos à gravação (ou fonograma).

As autorizações a serem obtidas, podem variar dependendo da forma de utilização, por exemplo:

■ se a produtora pretende utilizar a gravação original de *Help*, dos Beatles, em um filme, significa que há uso de um fonograma extraído de um álbum e, portanto, o produtor deverá obter autorização:

- das editoras musicais, que controlam os direitos sobre a obra musical, composta por John Lennon e Paul McCartney;
- da gravadora, que controla os direitos sobre o fonograma original dos Beatles.
- Se, no entanto, um personagem estiver cantarolando *Help* em uma cena do filme, o produtor deverá obter autorização somente das editoras da obra, já que irá utilizar a composição sem o fonograma.

Muitas vezes, quando há utilização de fonogramas internacionais, o produtor precisa também obter autorizações de sindicatos.

Dessa forma, no caso de fonogramas de origem norte-americana, é comum as gravadoras exigirem

pagamentos adicionais ao SAG-AFTRA, que representa os intérpretes musicais; ou ao American Federation of Musicians of the United States (AFM), que representa os músicos executantes.

7.5 Domínio público

Uma pergunta recorrente é se, no âmbito dos direitos autorais, existem casos em que não é necessário obter permissões.

A resposta é sim; o produtor não precisará de uma licença para utilizar uma obra que seja de domínio público. No entanto, a análise é extremamente criteriosa, devendo haver um estudo detalhado de legislações locais, dependendo da origem da obra e da nacionalidade do autor ou dos coautores da obra a ser utilizada.

Fique ligado



É de suma importância verificar se a versão a ser utilizada é a original ou se de alguma forma a versão que se pretende utilizar pertence a outro autor que, por exemplo, tratou a foto ou o vídeo antigos ou mesmo coloriu a obra de origem preto e branca.

Nesse caso, cabe o pedido de autorização e os devidos créditos dessa adaptação, se utilizada.

Memoryboard

Neste capítulo, vimos a importância do processo de *clearance* e da análise de *clearance* na obra audiovisual, que deve abordar todos os aspectos sensíveis de uma produção, por vezes estando relacionado à utilização de elementos de terceiros na obra, protegidos pela Lei de Direitos Autorais, pela Lei de Propriedade Industrial, pelo Código Civil e pela Constituição Federal, no caso dos direitos de personalidade, conforme aqui abordados. Contudo, deve-se ir além, pois cada tipo de obra e cada uso específico pretendido trarão uma necessidade específica de análise.

Assim, além das obras intelectuais protegidas, as marcas, as logomarcas e o domínio público devem ser levados em consideração, a depender da necessidade identificada: filmagem com animais, temas de impacto social, *branded content* e *product placement*, que tenham regulamento próprio de publicidade ou estejam voltadas ao público infantojuvenil, com avisos legais, usos de pequenos trechos (*fair use*), entre outros aspectos.

8.

Principais autorizações necessárias para produção



8 Principais autorizações necessárias para produção

Autores: Gabriela Pires Pastore, Mateus Basso e Marcos Lara.

Coordenação técnica: Gabriela Pires Pastore e Marcos Augusto Pereira Lara

Objetivos

O objetivo deste capítulo é abordar as principais autorizações necessárias no mercado de produção audiovisual no Brasil, com o intuito de orientar quais as legislações vigentes e os órgãos públicos ou privados que devem ser acionados para auxílio e obtenção dos documentos necessários, seja numa filmagem estrangeira ou brasileira realizada em território nacional.

8.1 *Production services* – comunicação prévia – ANCINE

Entende-se por *production services*, ou produção de serviços, aqueles serviços prestados de forma técnica por uma produtora local, estabelecida no país onde ocorrerá a prestação dos serviços a uma produtora estrangeira, que é a empresa produtora da obra audiovisual que está sendo produzida, portanto detentora dos direitos patrimoniais da obra em questão.

Nesse sentido, nas filmagens estrangeiras ocorridas no Brasil, cabe à produtora brasileira:

Representar a produtora estrangeira junto à ANCINE;

Zelar pelo cumprimento da legislação (pedidos de alvarás, autorizações da prefeitura, CET, contratação de equipe e elenco local, dentre outros).

Auxiliar nas questões relativas ao desembarço alfandegário de equipamentos.

De acordo com o art. 23 da Medida Provisória n. 2.228-1/2001, regulamentada pela Instrução Normativa n. 79 da ANCINE, de 15 de outubro de 2008, que normatiza as comunicações sobre a realização de produções estrangeiras no Brasil, a ANCINE é a instituição responsável por receber comunicações sobre a realização de produções estrangeiras no país.

Hoje, o procedimento para a comunicação prévia de filmagem deve ser realizado sob a responsabilidade de uma produtora brasileira registrada na ANCINE, sempre que houver produção estrangeira no Brasil, com exceção de obras jornalísticas. Assim, é **importante dizer que somente a produtora brasileira poderá fazer a comunicação prévia**, por meio do Portal de Serviços do Governo Federal, e de acordo com a IN n. 79/2008 da ANCINE.

No entanto, cumpre esclarecer que, em breve, a ANCINE tem intenção de desburocratizar a referida comunicação.

Como fazer a comunicação?

A produtora brasileira contratada pela produtora estrangeira deverá comunicar o seu interesse e sua responsabilidade na realização da filmagem da obra estrangeira no Brasil.



Quais os requisitos?

- Registro de produtora brasileira junto à ANCINE.
- Contrato de production service firmado entre a produtora estrangeira e a produtora brasileira.
- Documentação (enviada digitalmente e dispensadas de autenticação).
- Cópia do contrato entre a empresa produtora estrangeira, ou responsável legal pelo empreendimento, e a empresa produtora brasileira, com indicação das responsabilidades recíprocas, forma de remuneração acordada e o período de validade do instrumento.
- Cópia da tradução do contrato citado, quando em idioma estrangeiro.
- Plano provisório de filmagem/gravação, com indicação de datas e locais (Município/UF)

no território brasileiro onde os trabalhos serão realizados.

- Cópia das folhas de identificação do passaporte de cada profissional estrangeiro.
- Prazo (desde que a documentação esteja completa e regular): até 5 (cinco) dias úteis, a contar do recebimento da documentação enviada.

Na hipótese de quaisquer alterações nas condições de filmagem informadas, tais como as elencadas a seguir, a produtora brasileira deverá comunicar à ANCINE, por intermédio do Portal de Serviços do Governo Federal:

Alteração da representação diplomática brasileira a que se destina o pedido de visto adequado.

Inclusão ou exclusão de técnicos e artistas.

Prorrogação e/ou alteração do período de permanência temporária no país de técnicos e artistas.

Alteração dos locais de realização das gravações ou filmagens.

Cancelamento da atividade autorizada.

O quadro a seguir mostra os critérios de emissão de visto para a entrada de estrangeiros no Brasil.

Emissão do visto

Emitido pelas representações diplomáticas do Brasil no exterior.

Duração do visto

Será definida pela representação diplomática brasileira competente, conforme cronograma de filmagem informado no requerimento enviado à ANCINE.

Auxílio da ANCINE

Quando o visto é necessário, a ANCINE apenas auxilia, informando, por meio de ofício, a representação diplomática competente sobre a produção e participação de profissionais estrangeiros em filmagens de obra estrangeira ou brasileira no Brasil e, depois, envia uma cópia do ofício para a produtora brasileira responsável.

Participação de profissionais estrangeiros em filmagens de obras brasileiras em território nacional

A produtora brasileira deverá enviar para a ANCINE o formulário Comunicação de Participação de Profissionais Estrangeiros em Produção de Obra Audiovisual em Território Nacional, disponível no site da ANCINE.

Endereço eletrônico para envio do requerimento:

filmagem.estrangeira@ancine.gov.br

Visto de entrada de estrangeiros no Brasil

Fonte: Elaborado pelo autor (2021).

8.2 Melhores práticas de *Film Commission* (FCs) e apoios a projetos em âmbito local

A atuação das *Film Commissions* (FCs) nas produções audiovisuais tem se mostrado cada vez mais presente e fundamental para desburocratizar e agilizar todos os processos e demandas de autorizações de órgãos públicos para filmagens em locações públicas.

Muito embora as FCs sejam exclusivamente relacionadas como um escritório que meramente centraliza o despacho dos alvarás e a expedição das autorizações requeridas pelo poder público para uma gravação, elas vão muito além na prestação de serviços e incentivos às produções audiovisuais.

8.2.1 Breve contextualização de uma *film commission*

A primeira FC surgiu na década de 1940, na cidade de Moab, no estado de Utah, nos EUA. A Moab to Monument Valley Film Commission surgiu exatamente da necessidade de as “[...] empresas cinematográficas terem uma ligação com o governo local que pudesse coordenar as patrulhas policiais, departamentos rodoviários, bombeiros, guardas florestais e outros serviços municipais e governamentais essenciais para filmar uma produção no local.” (CAMPOS; GOMES; FONSECA, 2020, p. 13).

Saiba mais



Para saber mais sobre o assunto, leia o artigo **“Atuação das Film Commissions da Região Sudeste do Brasil: Interfaces com o Turismo Cinematográfico”**, de João Lucas Campos, Christianne Luce Gomes e Juliara Lopes da Fonseca.



A primeira FC prevista e sancionada por uma lei pelo poder público local foi a Colorado Film Commission, em 1969, também nos EUA. Até mesmo pela maior organização e pela dimensão da indústria cinematográfica e audiovisual dos EUA, a ideia e a maturação das atividades de uma FC surgem e se desenvolvem naquele país. Contudo, a partir das décadas de 1980 e 1990, outras FCs surgem mundo afora e acabam por desencadear um processo de descentralização das produções audiovisuais e de surgimento de novas práticas e serviços prestados pelas FCs.

Atualmente, são mais de 360 FCs distribuídas em mais de 40 países, em todos os continentes, com exceção da Antártida.

Fique por dentro



Para conhecer as FCs cadastradas na Association of Film Commissioners International (AFCI), basta acessar [este link](#).



Mas o que é uma *Film Commission*?

As film commissions são órgãos públicos, privados ou criados a partir de parcerias público-privadas, estruturados regional e/ou nacionalmente para fomentar e facilitar a produção e o desenvolvimento do audiovisual das regiões que representam. Geralmente estas entidades atuam buscando atrair produções audiovisuais, promovendo as vantagens competitivas regionais e organizando os serviços de apoio e de negociações com a burocracia governamental. (BRASIL, 2017).

Geralmente, as FCs estão sediadas em alguma instância do poder público e representam os interesses de uma localidade ou de uma região, isto é, pode haver FCs de um município, de um estado ou mesmo de um país.

Saiba mais



Aqui no Brasil, quase sempre as FCs existentes estão inseridas dentro da Secretaria da Cultura da esfera federal, mas elas podem estar localizadas também nas pastas que cuidam da agenda do turismo, já que, para além da atração e facilitação de produções audiovisuais, um dos objetivos de uma FC é também promover a visitação turística da área/locação que sediou a gravação da obra audiovisual.

É o que se chama por “Cineturismo”, ou “Turismo Cinematográfico”, que é o incremento do fluxo de turistas numa determinada localidade, os quais se interessam em visitar locações, monumentos, ruas ou qualquer cenário que tenha feito parte de uma obra audiovisual.

Alguns casos mais notórios e recentes são o da Nova Zelândia (que abrigou as gravações de *O Senhor dos Anéis*), e o da Irlanda e Islândia (que serviu de locação para *Game of Thrones*), mas a lista de exemplos é extensa.

8.2.2 Principais objetivos e os impactos da atuação das *film commissions*

O principal objetivo de uma FC é a atração de projetos audiovisuais para serem realizados na jurisdição/localidade em que o órgão atua e representa, por meio da promoção e intermediação do contato entre as empresas produtoras e a rede de empresas fornecedoras, profissionais técnicos e as entidades e órgãos públicos locais.

Assim, um objetivo paralelo de uma FC é também o de promover o desenvolvimento socioeconômico da região, ao capitalizar a atividade de produção audiovisual com os investimentos na diversa gama de empresas que prestam seus serviços para a equipe de produção.

São empresas de aluguel de equipamentos, aluguel de carros, empresas de hotelaria e hospedagem, *catering* e alimentação em geral, e tantos outros prestadores de serviços e profissionais autônomos que se beneficiam diretamente da presença de uma produção audiovisual e a injeção de dinheiro que esta aporta na região.



Subsidiariamente, a atuação de uma FC desencadeia igualmente reflexos indiretos com a presença de uma produção audiovisual, que se evidenciam, além da indução ao turismo, na valorização da imagem do local, agregando valor e construindo um ativo intangível, ao fortalecer e difundir a cultura daquela região.

O quadro a seguir elenca os impactos das FCs.

IMPACTOS DIRETOS	IMPACTOS INDIRETOS
<ul style="list-style-type: none"> ■ Estadias das equipes de produção na região; ■ Geram empregos; ■ Geram impostos; ■ Geram receitas em despesas. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Exportação de cenários naturais, culturais e históricos que atraem turistas; ■ Influência nos espectadores, na medida em que incorpora as imagens na sua mente; ■ Reforço de símbolos que influenciam a escolha do consumidor.

Quadro 13: Impactos diretos e indiretos das FCs

Fonte: Fonseca e Nunes (2017, p. 10).

8.2.3 Formas de atuação das *film commissions*

De maneira geral, pode-se dividir a atuação das FCs em duas frentes:

Apoio e assistência às empresas produtoras e aos projetos a serem filmados na região: assim, a FC atua como um catalisador e um agente facilitador, fazendo a ponte entre os responsáveis da produção audiovisual aos interlocutores da respectiva comunidade (empresas, profissionais, órgãos públicos etc.).

Fiscalização e regulamentação: para minimizar os danos e eventuais transtornos que uma produção audiovisual possa causar à rotina da localidade, bem como atuar de forma a maximizar os ganhos diretos e indiretos para a comunidade local.

Dessa maneira, é oportuno destacar algumas atividades que as FCs devem empenhar, para que sua atuação seja a mais completa possível e alinhada com os propósitos de uma verdadeira FC. São elas:

- engajamento institucional de outros órgãos e entidades na resolução de entraves burocráticos;
- sensibilização e interface com o meio de produção e receptivo turístico local;
- acesso aos órgãos de burocracia estatal, com apoio, suporte e/ou retaguarda pontual, como força policial, bombeiros, trânsito, estacionamentos etc.;

- criação de taxas diferenciadas e/ou desoneração de licenças e permissões para filmagens;
- serviços de marketing e promoção ativa de produtos e serviços agregados (BRASIL, 2007).

8.2.4 As FCs no Brasil

Hoje, no Brasil, estão registradas e operando oito FCs no país inteiro. Cada uma delas surge e atua num contexto muito diverso entre as outras, o que vai indicar o grau de maturidade, logo a extensão das suas atividades.

8.2.4.1 São Paulo Film Commission – SPCine

De longe, a FC da cidade de São Paulo é a que apresenta o maior portfólio de atividades e serviços para as empresas produtoras, configurando hoje como a segunda maior FC da América Latina, atrás apenas da FC da Cidade do México. A São Paulo Film Commission está inserida dentro da organização da SPCine, que é uma empresa mista que, além das atividades de uma FC, também atua na formação de profissionais do audiovisual, na distribuição digital de conteúdos produzidos na cidade (SPCine Play), na promoção de eventos, festivais e na coleta e gestão de dados do mercado audiovisual na cidade (Observatório SPCine).

Fique por dentro



Para conhecer mais sobre a SPCine, acesse [este link](#) e [este](#).



Surgida em 2016, por meio do Decreto Municipal n. 56.905, de 30 de março de 2016, a São Paulo Film Commission trouxe grandes avanços para a consolidação da cidade como o maior polo da produção audiovisual no Brasil atualmente.

Seu principal trunfo foi a catalogação e a gestão para a autorização de mais de 400 locações disponíveis em logradouros e espaços públicos, que servem de cenários para as produções audiovisuais realizadas na cidade. Os produtores, inclusive, podem acessar o **aplicativo Filme SP**, que **facilita a busca de locações para filmagens na cidade**, por meio de ferramentas de pesquisa por meio de geolocalização, ao permitir que o produtor possa entrar em contato direto com a SPCine.

Fique ligado



Além do aplicativo, o produtor pode preencher os formulários de requerimento no próprio site ou enviar e-mail nos contatos indicados. O tempo de resposta máximo é indicado em até três dias úteis do envio da solicitação.



Ainda, mais do que um trabalho reativo às demandas dos produtores audiovisuais, diferentemente das outras FCs nacionais, a São Paulo Film Commission e a SPCine empenham um trabalho ativo para atrair novas produções audiovisuais para a cidade. Destacam as recentes produções da Netflix que foram gravadas na cidade, entre elas *Sense 8*, *Black Mirror* e *Conquest* (do ator e produtor Keanu Reeves).

Nesse contexto, insere-se também o programa de Cash Rebate, lançado em 2020, que visa à atração de produções audiovisuais estrangeiras por meio da concessão de benefícios fiscais para as produções que tenham grande impacto internacional – o que ressalta a função indutora do Turismo Cinematográfico.

Fique por dentro



Para maiores informações sobre o programa Cash Rebate, [acesse o site](#) e os editais de participação.



8.2.4.2 Rio Film Commission – RioFilme

A Rio Film Commission (RFC) também se destaca pelo seu portal *on-line* organizado e pela presença de catálogos de locações no município e no estado, embora seu âmbito de atuação original seja a cidade do Rio de Janeiro. As locações contam com fotos ilustrativas e uma boa base de informações pertinentes para os produtores interessados.

Fique por dentro



Para conhecer mais sobre a RFC, acesse:

- **Rio Film Commission;**
- **Rio Filme.**



A RFC também disponibiliza uma lista de provedores de serviços cadastrados, que vão desde empresas produtoras locais, estúdios, empresas de aluguel de equipamento, e toda a sorte de serviços necessários para amparar uma produção audiovisual. O site também oferece um guia de orientação e apoio às produções que planejem rodar na cidade.

O escritório ainda se dedica à padronização das autorizações de filmagem junto aos órgãos responsáveis do município para minimizar os entraves e acelerar os processos administrativos e à promoção do setor audiovisual da cidade em mercados e festivais internacionais.

Por fim, a RFC serve de interlocutor com os produtores, ampliando o diálogo entre todos os agentes envolvidos nas produções audiovisuais, das esferas públicas e privadas, para promover o intercâmbio de informações e o planejamento de ações conjuntas.

O tempo de resposta máximo indicado pela RFC no atendimento on-line é de até sete dias após a solicitação realizada pelos formulários online.

8.2.4.3 Minas Film Commission

É a única FC nacional que atua em âmbito estadual, representando todo o estado de Minas Gerais com seus diversos cenários e rica cultura. No seu site, são catalogadas tais locações, bem como pretende-se listar algumas empresas e fornecedores cadastrados, de forma a auxiliar com a logística e assessorar os produtores interessados em rodar uma obra audiovisual no estado.

Fique por dentro



Para conhecer mais sobre a Minas Film Commission, acesse [este link](#).

Ainda, a Minas Film Commission presta um serviço de apoio aos produtores, por meio do preenchimento de **formulário descritivo do projeto**.



Além disso, a Minas Film Commission recebe solicitações também pelos contatos (e-mail ou telefone) indicados no site.

No entanto, não há prazo estabelecido para as respectivas respostas.

8.2.4.4 Porto Alegre Film Commission

O escritório de Porto Alegre apresenta um site enxuto, mas com a possibilidade apresentação de requerimento on-line para autorização de filmagens em espaços públicos.

Fique por dentro



O requerimento pode ser realizado por [este link](#).



A FC de Porto Alegre apenas atende empresas produtoras devidamente registradas na ANCINE, e as autorizações devem obedecer aos seguintes prazos para que sejam atendidas, conforme a natureza e dimensão de cada projeto audiovisual:

Três dias úteis de antecedência da data prevista para realização da produção audiovisual ou da fotografia publicitária, quando não houver necessidade de bloqueios ou isolamento da via pública.

Cinco dias úteis de antecedência da data prevista para realização da produção audiovisual ou da fotografia publicitária, quando houver necessidade de isolamento de área de até 100 metros quadrados (m^2) ou bloqueio momentâneo de via pública por até três minutos, desde que a área não inclua praças, parques, áreas verdes, orla do Guaíba e anfiteatro Pôr do Sol.

Dez dias úteis de antecedência da data prevista para realização da produção audiovisual ou da fotografia publicitária, quando houver necessidade de isolamento de área superior a 100 metros quadrados (m²), bloqueio de via pública por período superior a 3 (três) minutos ou para a autorização de uso de praças, parques, áreas verdes, Orla do Guaíba e Anfiteatro Pôr do Sol.

O prazo de resposta do escritório é delimitado em até cinco dias da solicitação.

Fique por dentro



Para conhecer mais sobre a Porto Alegre Film Commission, acesse [este link](#).



8.2.4.4 Demais *Film Commissions* no Brasil

As FCs restantes Bento Film Commission, Garibaldi Film Commission, Prado Film Commission e Santos Film Commission apresentam-se com uma organização mais simples e vinculada diretamente com as Secretarias de Turismo, no caso das FCs do Rio Grande do Sul. São, portanto, extensões daquela repartição e visam principalmente incrementar o potencial turístico das localidades, sem maiores atuações.

A seguir, seguem os contatos para cada escritório. Vale ressaltar que a comunicação com cada um deles deverá ser feita diretamente pelo interessado nos e-mails ou telefones indicados.

■ Bento Film Commission

Facebook Bento Film Commission

■ Garibaldi Film Commission

Facebook Garibaldi Film Commission

■ **Prado Film Commission**

Facebook Prado Film Commission

■ **Santos Film Commission**

Fique ligado



Algumas FCs, em contrapartida aos serviços e auxílios prestados aos produtores, requerem a exibição do logotipo dos respectivos escritórios nas aberturas e créditos das obras audiovisuais produzidas.

Assim como acontece com os casos de fomento e investimento em produções por meio de recursos públicos, **geralmente há um manual de utilização dos logos e marcas que deverá ser observado pelo produtor**. Certifique-se, portanto, se há esta exigência caso você utilize os serviços de alguma FC, já que o não cumprimento pode acarretar sanções e aplicação de multas, conforme o caso.

8.2.5 Os principais desafios das *film commissions*

O número de FCs presente, devidamente estruturadas e ativas no Brasil, certamente não reflete todo o potencial e as demandas atuais da indústria audiovisual nacional. Há espaço para muitos outros escritórios, sejam eles de âmbito municipal ou estadual.

Recentemente, foi anunciado pelo governo municipal de Salvador a criação da futura Salvador Filmes, que atuará como escritório de uma FC para atrair produções para a cidade. De tempos em tempos, anuncia-se a criação de novas FCs, seja em âmbito estadual ou municipal.

Apenas como ilustração, a criação da Rede Brasileira de *Film Commissions* (REBRAFIC), em 2015, indicava um cenário promissor e prolífico para a atuação das FCs no Brasil. Naquele ano, estavam ativas nove FCs e havia outras 16 em processo de formação. Infelizmente, a consolidação desses escritórios parece ser um pouco mais burocrática, já que muitas ainda não conseguiram se estruturar e atuar conforme as expectativas.

8.3. Solicitação de alvará judicial para filmagem com crianças e adolescentes

É importante esclarecer que a participação de crianças e adolescentes em filmagens, sessões fotográficas e dublagens, bem como demais ações de marketing e eventos relacionados às obras, deverão ser realizadas respeitando as normas do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), Lei n. 8.069, de 13 julho de 1990 e demais normas e regulamentações locais em vigor.



Vale esclarecer que a Convenção 138 da Organização Internacional do Trabalho (OIT), ratificada pelo Brasil, prevê a possibilidade de concessão de trabalho da criança e do adolescente, antes dos 16 anos, pela autoridade judiciária competente, nos termos do seu artigo 8.1.

Nesse sentido, a fim de resguardar crianças e adolescentes, o ECA dispõe, em seu art. 2º, sobre crianças e adolescente e determina, em seu art. 149, a necessidade de expedição de um alvará judicial autorizando esse tipo de atividade:

Art. 2º Considera-se criança, para os efeitos desta Lei, a pessoa até doze anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre doze e dezoito anos de idade.

[...]

Art. 149. Compete à autoridade judiciária disciplinar, através de portaria, ou autorizar, mediante alvará:

I - a entrada e permanência de criança ou adolescente, desacompanhado dos pais ou responsável, em:

[...]

e) estúdios cinematográficos, de teatro, rádio e televisão.

II - a participação de criança e adolescente em:

a) espetáculos públicos e seus ensaios;

b) certames de beleza.

Assim, cumpre dizer que as participações de crianças e adolescentes devem ocorrer mediante a concessão do respectivo alvará judicial que deverá ser solicitado pela produtora audiovisual, observados os seguintes pontos:

Competência

Vara da Infância e Juventude.

Idade

menores de 18 anos por força de decisão liminar no STF.

Fórum

local da filmagem, sessões fotográficas, dublagens ou demais ações com a participação dos menores de idade, a depender do caso.

Mais de um pedido

Será necessário distribuir mais de um pedido de alvará, junto ao Foro Regional competente, caso as locações sejam de competência territorial de Fóruns distintos. Exemplo: em filmagem na Lapa e em Santo Amaro com o mesmo elenco, deve haver dois pedidos diferentes, sendo um para cada vara competente.

Documentação

A produtora audiovisual deverá solicitar a listagem constante nas normas vigentes no Tribunal de Justiça do Estado onde irá ocorrer a filmagem, sessão de fotos, dublagem ou ações com a participação das crianças e dos adolescentes para a solicitação de alvará e consequentemente contratação do ator / atriz infanto-juvenil.

Protocolo

Não é documento hábil para participação da criança e adolescente.

Fiscalização

Juiz ou promotor podem designar um servidor público ou oficial de justiça para fiscalizar/ acompanhar a participação requerida.

Suspensão da veiculação

Caso a participação da criança e adolescente ocorra sem a concessão do alvará, poderá ser questionado administrativamente, bem como no âmbito judicial.

Fique ligado



A documentação dependerá do juízo competente para a expedição do respectivo alvará, bem como do estado onde ocorrerá a referida solicitação. Além disso, vale lembrar que é imprescindível a consulta de um advogado, caso a caso.

Quanto aos procedimentos, a produtora audiovisual e a produtora de elenco deverão **garantir a integridade física** e moral das crianças e dos adolescentes, **minimizando o desgaste** destes durante testes de elenco, filmagens, sessões fotográficas, dublagens e demais participações em eventos e ações relacionadas às obras, adotando, por exemplo, alguns cuidados:

- realizar testes com hora marcada;
- otimizar o desempenho do ator infantojuvenil, a fim de minimizar as horas de sua participação;
- dispor de instalação adequada com sala de espera, camarim, banheiro, água potável etc.;
- dividir as diárias em períodos e com carga horária menor, bem como com pausas a cada hora trabalhada para descanso e alimentação dos menores, atendendo ao consolidado entendimento dos juízes e promotores de justiça, atuantes na esfera da infância e da juventude, bem como à legislação em vigor; essas diárias são normalmente estabelecidas da seguinte forma: crianças até 12 anos de idade: até no máximo quatro horas diárias; crianças acima desta idade: até no máximo seis horas diárias

Fique ligado



A carga horária e demais instruções sobre a participação pretendida, podem variar a depender das cenas, locais da participação e demais situações que serão analisadas pelo judiciário caso a caso.

A falta da concessão do alvará pode ocasionar:

Sob o aspecto administrativo:

- advertência ou multa para produtora, prevista no ECA;
- suspensão das atividades em caso de reincidência, conforme previsto no art. 258:

Art. 258. Deixar o responsável pelo estabelecimento ou o empresário de observar o que dispõe esta Lei sobre o acesso de criança ou adolescente aos locais de diversão, ou sobre sua participação no espetáculo:

Pena - multa de três a vinte salários de referência; em caso de reincidência, a autoridade judiciária poderá determinar o fechamento do estabelecimento por até quinze dias.

Sob o aspecto civil

- Dever de indenização sobre qualquer problema que a criança e adolescente venha sofrer em função de sua participação na obra.
- Exemplos: acidente ou exposição indevida de imagem; incitar a violência; apresentar qualquer constrangimento para as crianças; reduzir ou comprometer a imagem delas etc.

Sob o aspecto criminal

- Uma possível responsabilização criminal, caso ocorra acidente durante as filmagens, por exemplo.

Memoryboard

Neste capítulo, abordamos quais são as principais autorizações necessárias para a realização de uma produção audiovisual brasileira ou estrangeira no território nacional, indicando os canais de comunicação, tais como a ANCINE e as principais *Film Commissions* brasileiras, para que os produtores possam requerer o auxílio destas na obtenção de algumas autorizações.

Por fim, destacamos a necessidade de solicitação de pedido de alvará judicial para a participação de crianças e adolescentes na atividade audiovisual, com informações necessários para o pedido e as consequências no caso da não solicitação/obtenção.

Vídeo



Assista o vídeo de encerramento da trilha.

Referências

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. **Instrução Normativa n. 79, de 15 de outubro de 2008.**

Regulamenta as condições de filmagem, gravação e captação de imagens em movimento, com ou sem som, para a produção de obra audiovisual estrangeira no território nacional e dá outras providências. Brasília, DF: ANCINE, 2008. Disponível em: <https://antigo.ancine.gov.br/pt-br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instru-o-normativa-n-79-de-15-de-outubro-de-2008>. Acesso em: 30 ago. 2021.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. **Instrução Normativa n. 91, de 1 de dezembro de 2010.** Regulamenta o registro de agente econômico na ANCINE previsto no art. 22, da Medida Provisória 2.228-1, de 06 de setembro de 2001; o credenciamento de agentes econômicos que exercem atividade de programação e empacotamento no âmbito da comunicação audiovisual de acesso condicionado previsto no art. 12 da Lei 12.485, de 12 de setembro de 2011; revoga a IN 41 e dá outras providências. Brasília, DF: ANCINE, 2010. Disponível em: <https://antigo.ancine.gov.br/pt-br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instru-o-normativa-n-91-de-1-de-dezembro-de-2010>. Acesso em: 30 ago. 2021.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. **Instrução Normativa n. 100, de 29 de maio de 2012.** Dispõe sobre a regulamentação de dispositivos da Lei nº 12.485/2011 e dá outras providências. Brasília, DF: ANCINE, 2012. Disponível em: <https://antigo.ancine.gov.br/pt-br/legislacao/instrucoes-normativas-consolidadas/instru-o-normativa-n-100-de-29-de-maio-de-2012>. Acesso em: 30 ago. 2021.

ANCINE – Agência Nacional do Cinema. **Recomendações da ANCINE para uma regulação da Comunicação Audiovisual sob Demanda.** Brasília, DF: ANCINE, 2017. Disponível em: https://www.gov.br/casacivil/pt-br/centrais-de-conteudo/downloads/CSC/2016-2018-2-ano_16-05-2017_resultado-consulta-publica-e-recomendacoes-da-ancine.pdf. Acesso em: 30 ago. 2021.

BRASIL. **Lei n. 9.249, de 26 de dezembro de 1995.** Altera a legislação do imposto de renda das pessoas jurídicas, bem como da contribuição social sobre o lucro líquido, e dá outras providências. Brasília, DF: Congresso Nacional, 1995. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9249.htm. Acesso em: 12 ago. 2021.

BRASIL. **Lei n. 6.404, de 15 de dezembro de 1976.** Dispõe sobre as Sociedades por Ações. Brasília, DF: Congresso Nacional, 1976 [2021]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6404consol.htm. Acesso em: 12 ago. 2021.

BRASIL. Decreto-Lei n. 1.598, de 26 de dezembro de 1977. Altera a legislação do imposto sobre a renda. Brasília, DF: Presidência da República, 1977. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del1598.htm. Acesso em: 12 ago. 2021.

BRASIL. Lei n. 6.533, de 24 de maio de 1978. Dispõe sobre a regulamentação das profissões de Artistas e de técnico em Espetáculos de Diversões, e dá outras providências. Brasília, DF: Congresso Nacional, 1978. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6533.htm. Acesso em: 12 ago. 2021.

BRASIL. Lei n. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998. (Lei de Direitos Autorais). Altera, atualiza e consolida a legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Brasília, DF: Congresso Nacional, 1998. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm. Acesso em: 12 set. 2021.

BRASIL. Lei n. 6.533, de 24 de maio de 1978. Dispõe sobre a regulamentação das profissões de Artistas e de técnico em Espetáculos de Diversões, e dá outras providências. Brasília, DF: Congresso Nacional, 1978. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l6533.htm. Acesso em: 12 ago. 2021.

BRASIL. Decreto n. 82.385, de 5 de outubro de 1978. Regulamenta a Lei nº 6.533, de 24 de maio de 1978, que dispõe sobre as profissões de Artista e de Técnico em Espetáculos de Diversões, e dá outras providências. Brasília, DF: Presidência da República, 1978. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del1598.htm. Acesso em: 12 ago. 2021.

BRASIL. Lei n. 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Institui o Código Civil. Brasília, DF: Congresso Nacional, 2019. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10406compilada.htm. Acesso em: 12 ago. 2021.

BRASIL. Lei n. 10.637, de 30 de dezembro de 2002. Dispõe sobre a não-cumulatividade na cobrança da contribuição para os Programas de Integração Social (PIS) e de Formação do Patrimônio do Servidor Público (Pasep), nos casos que especifica; sobre o pagamento e o parcelamento de débitos tributários federais, a compensação de créditos fiscais, a declaração de inaptidão de inscrição de pessoas jurídicas, a legislação aduaneira, e dá outras providências. Brasília, DF: Congresso Nacional, 2002. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/l10637.htm. Acesso em: 12 ago. 2021.

BRASIL. Lei n. 10.833, de 29 de dezembro de 2003. Altera a Legislação Tributária Federal e dá outras providências. Brasília, DF: Congresso Nacional, 2003. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.833.htm. Acesso em: 12 ago. 2021.

BRASIL. Lei n. 11.196, de 21 de novembro de 2005. Institui o Regime Especial de Tributação para a Plataforma de Exportação de Serviços de Tecnologia da Informação - REPES, o Regime Especial de Aquisição de Bens de Capital para Empresas Exportadoras - RECAP e o Programa de Inclusão Digital [...]. Brasília, DF: Congresso Nacional, 2005. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/lei/l11196.htm. Acesso em: 12 ago. 2021.

BRASIL. Lei complementar n. 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis no 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei no 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar no 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis no 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999. Brasília, DF: Congresso Nacional, 2016. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp155.htm. Acesso em: 12 ago. 2021.

BRASIL. Lei Complementar n. 155, de 27 de outubro de 2016. Altera a Lei Complementar no 123, de 14 de dezembro de 2006, para reorganizar e simplificar a metodologia de apuração do imposto devido por optantes pelo Simples Nacional; altera as Leis nos 9.613, de 3 de março de 1998, 12.512, de 14 de outubro de 2011, e 7.998, de 11 de janeiro de 1990; e revoga dispositivo da Lei no 8.212, de 24 de julho de 1991. Brasília, DF: Congresso Nacional, 2016. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp155.htm. Acesso em: 12 ago. 2021.

BRASIL. Lei n. 13.467, de 13 de julho de 2017. Altera a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, e as Leis nº 6.019, de 3 de janeiro de 1974, 8.036, de 11 de maio de 1990, e 8.212, de 24 de julho de 1991, a fim de adequar a legislação às novas relações de trabalho. Brasília, DF: Congresso Nacional, 2017. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/l13467.htm. Acesso em: 12 ago. 2021.

BRASIL. Decreto n. 9.580, de 22 de novembro de 2018. Regulamenta a tributação, a fiscalização, a arrecadação e a administração do Imposto sobre a Renda e Proventos de

Qualquer Natureza. Brasília, DF: Presidência da República, 2016. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/decreto/D9580.htm. Acesso em: 12 ago. 2021.

BRASIL. Lei n. 13.874, de 20 de setembro de 2019. Institui a Declaração de Direitos de Liberdade Econômica; estabelece garantias de livre mercado; altera as Leis nos 10.406, de 10 de janeiro de 2002 (Código Civil), 6.404, de 15 de dezembro de 1976, 11.598, de 3 de dezembro de 2007, 12.682, de 9 de julho de 2012, 6.015, de 31 de dezembro de 1973, 10.522, de 19 de julho de 2002, 8.934 [...]. Brasília, DF: Congresso Nacional, 2019. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2019/lei/L13874.htm. Acesso em: 12 ago. 2021.

CAMPOS, João Lucas; GOMES, Christianne Luce; FONSECA, Juliara Lopes da. Atuação das Film Commissions da Região Sudeste do Brasil: Interfaces com o Turismo Cinematográfico. **Marketing & Tourism**, Belo Horizonte, v. 5, n. 1, p. 1-30, 2020. Disponível em: <https://revistas.face.ufmg.br/index.php/mtr/article/view/5882/3079>. Acesso em: 30 ago. 2021.

KPCB – Kleiner Perkins Caufield and Byers. Internet trends: code conference. **KPCB**, 2014. Disponível em: <https://cryptome.org/2014/05/internet-trends-2014.pdf>. Acesso em: 30 ago. 2021.

MARCHI Leonardo de; LADEIRA, João Martins. Redes de imbróglilos: a regulação do Streaming no Brasil e suas ambiguidades. **Contracampo**, Niterói, v. 38, n.3, p. 68-79, dez. 2019/mar. 2020. Disponível em: <http://periodicos.uff.br/contracampo/article/download/28444/pdf>. Acesso em: 30 ago. 2021.



objetiva

Empreendedorismo em foco

apro
associação brasileira
da produção
de obras audiovisuais

SEBRAE