

## Condecine na oferta de vídeo por demanda

Ao longo de 2012, a Agência Nacional do Cinema (Ancine) editou e revisou diversos atos normativos com o propósito de regulamentar as mudanças trazidas ao mercado audiovisual pela Lei nº 12.485, de 12 de setembro de 2011 – a nova lei da TV paga. Nesse contexto, alterou, por meio da Instrução Normativa nº 105, de 10 de julho de 2012, a forma de recolhimento da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine) com o propósito de abarcar a distribuição de conteúdo audiovisual na modalidade de vídeo por demanda.

A Condecine está prevista no artigo 32 da Medida Provisória nº 2.228-01, de 6 de setembro de 2001. Dentre suas hipóteses de incidência está “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”. O artigo 33 menciona cinco segmentos de mercado para efeito de incidência da contribuição: (i) salas de exibição (cinema), (ii) vídeo doméstico em qualquer suporte, (iii) serviço de radiodifusão de sons e imagens (TV aberta), (iv) serviços de comunicação eletrônica de massa por assinatura (TV paga), e (v) outros mercados.

O artigo 21 da IN 105/12 estabeleceu que os “outros mercados” compreenderiam o “segmento” de “vídeo por demanda”, definido como o “conjunto de atividades encadeadas, realizadas por um ou vários agentes econômicos, necessárias à prestação dos serviços de oferta de um conjunto de obras audiovisuais na forma de catálogo, com linha editorial própria, para fruição por difusão não-linear, em horário determinado pelo consumidor final, de forma onerosa”.

A definição pretende abranger a crescente oferta de catálogos de filme pela internet e pelas próprias operadoras de TV paga, que além de canais já oferecem a possibilidade de aquisição de conteúdos fora de suas grades de programação fixa. O que distingue essa forma de oferta é o fato de o próprio usuário fazer a seleção do conteúdo a partir de um catálogo, enquanto no “serviço de comunicação eletrônica de massa por assinatura” há a oferta de canais com grades de programação fixas definidas pela prestadora.

O impacto da medida para as empresas que oferecem o serviço será significativo. O valor da contribuição, devida uma vez a cada cinco anos, é de R\$ 3 mil por filme. Como esse serviço, para ser atrativo ao consumidor, demanda catálogos com milhares de filmes, os valores resultantes serão bastante altos e afetarão os preços pagos atualmente pelos consumidores. É possível, ainda, que a medida provoque a exclusão do âmbito dos catálogos de títulos de interesse mais restrito.

A nova regulamentação da Condecine é passível de questionamento. Primeiro, a expressão “outros mercados” não autoriza a agência a multiplicar a cobrança da Condecine de forma ilimitada pela criação discricionária de “segmentos” de mercado. Depois, é possível defender que a atividade de “vídeo por demanda” já estaria contida no segmento de mercado definido como “vídeo doméstico em qualquer suporte”, não fazendo sentido duplicar a contribuição.

O “vídeo doméstico” abrange as distintas formas de oferta de conteúdo para fruição no ambiente doméstico que não estejam abarcadas pelos segmentos de televisão. Para estabelecer distinção entre esta categoria e o vídeo por demanda a IN 105/12 qualifica o primeiro como aquele conteúdo ofertado em “suporte de mídia pré-gravada”. Trata-se de definição restritiva que não se coaduna com o texto legal – o qual menciona apenas de forma genérica “qualquer suporte” – e que ignora o que realmente define o segmento em questão: a fruição pelo consumidor do conteúdo no seu espaço doméstico privado no horário por ele definido.

### São Paulo

Av. Brig. Faria Lima, 2601  
12º andar - 01452-924  
São Paulo, SP - Brasil  
Tel: (11) 3555 5000

### Brasília

SBN, Q 1, Bl B, Ed. CNC  
2º andar, sl. 201 - 70041-902  
Brasília - DF - Brasil  
Tel: (61) 2109 6070

### Rio de Janeiro

Praia de Botafogo, 440  
15º andar - 22250-908  
Rio de Janeiro, RJ - Brasil  
Tel: (21) 3503 2000

contato@levysalomao.com.br

Alexandre Ditzel Faraco  
afaraco@levysalomao.com.br

Ana Carolina Monguilod  
amonguilod@levysalomao.com.br