



SENADO FEDERAL
Gabinete do Senador Angelo Coronel

EMENDA Nº - CAE
(ao PL nº 2331, de 2022)

Inclua-se, onde couber, a seguinte emenda ao Substitutivo apresentado aos Projetos de Lei nº 2.331, de 2022, e nº 1.994, de 2023:

Art. XX. As obras cinematográficas ou videofonográficas publicitárias veiculadas nos meios digitais, incluindo os serviços de vídeos sob demanda, de plataformas de compartilhamento de conteúdos audiovisuais e de televisão por protocolo de internet a usuários baseados no Brasil estarão sujeitas às obrigações definidas nos arts. 28, 32, 33, 35 e 36 da Medida Provisória 2.228-1, de 6 de setembro de 2001.

Parágrafo único. A Condecine devida pelas obras previstas no caput deste artigo terá os mesmos valores que os aplicados para o segmento de mercado de serviços de radiodifusão de sons imagens.

JUSTIFICAÇÃO

A presente emenda pretende acrescentar novo mandamento ao substitutivo, estendendo as obrigações de registro de título, de Certificado de Produto Brasileiro, e de pagamento da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (CONDECINE) para as obras publicitárias cinematográficas ou videofonográficas que forem veiculadas nos meios digitais, incluindo os serviços de vídeos sob demanda, de plataformas de compartilhamento de conteúdos audiovisuais e de televisão por protocolo de internet a usuários baseados no Brasil. Nesse sentido, propõe a isonomia de tratamento da veiculação de peças publicitárias nesses serviços com os



SENADO FEDERAL

Gabinete do Senador Angelo Coronel

demais segmentos de mercado que disponibilizam conteúdo audiovisual, como a radiodifusão, as TVs por assinatura e o cinema, entre outros.

Tal iniciativa se faz necessária e oportuna diante do cenário comunicacional e tecnológico contemporâneo, onde as mídias digitais assumiram um papel central na comunicação publicitária.

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

Com a diminuição da relevância e do impacto das mídias tradicionais torna-se imperativo que a legislação se adapte à nova realidade do mercado publicitário. A proposta de equiparação dos valores da Condecine para as obras publicitárias nos meios digitais aos do segmento de radiodifusão de sons e imagens é uma resposta a essa necessidade.

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



SENADO FEDERAL

Gabinete do Senador Angelo Coronel

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

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

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

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



SENADO FEDERAL
Gabinete do Senador Angelo Coronel

Em conclusão, a proposta legislativa para a equiparação das mídias digitais às mídias tradicionais é uma resposta necessária à assimetria regulatória existente, promovendo a justiça tributária e garantindo o fomento contínuo e efetivo da indústria cinematográfica nacional. Esta medida assegura um equilíbrio essencial no cenário atual de comunicação publicitária, beneficiando a cultura, a economia e a sociedade brasileira como um todo, trazendo à luz das leis o ambiente digital que tanto importa e influencia a vida hodierna.

Sala das Sessões, 14 de novembro 2023.

Senador ANGELO CORONEL
(PSD – Bahia)