



A comparação entre o preço do produto importado objeto de dumping e o preço do produto vendido pela indústria doméstica nacional revelou que, em P5, aquele esteve subcotado em relação a este. O preço de venda da indústria doméstica sofreu depressão, tendo diminuído 2,6% de P4 para P5, e 12,9%, de P1 para P5. Concomitantemente à queda observada em P5, houve o maior avanço em termos absolutos das importações a preços de dumping.

O preço CIF internado do produto chinês, em reais corrigidos, apresentou tendência decrescente ao longo do período analisado. De P1 para P5, caiu 58,9%, e de P4 para P5, 15,2%.

Em que pese o volume de vendas da indústria doméstica no mercado interno tenha aumentado em relação a P4, por outro lado, a massa de lucro obtida com tais vendas sofreu redução de 23,3% e a margem operacional diminuiu 1,6 p.p. O aumento das vendas, gerado pelas reduções das margens e massas de lucro, não foi suficiente para assegurar a sua participação no mercado que encolheu 1,4 p.p. de P4 para P5.

No que diz respeito ao emprego, o setor calçadista é intensivo em mão-de-obra, consistindo em indicador relevante para avaliação de seu desempenho. Embora a queda das exportações tenha sido relevante na redução do emprego, as reduções nos volumes vendidos internamente colaboraram para a queda no número de pessoal ocupado. Ao se comparar P1 com P5, houve aumento no consumo nacional aparente próximo a 20 milhões de pares e das importações a preços de dumping, sendo estas da ordem de 16,6 milhões de pares, mas em contrapartida, as vendas da indústria doméstica diminuíram 3,3 milhões de pares. Estas reduções estão diretamente vinculadas à crescente presença do produto chinês no país.

As sucessivas reduções no preço do produto importado objeto de dumping, que culminaram com a subcotação do preço deste em relação ao preço do produto nacional, redundaram na crescente penetração dos calçados chineses no mercado brasileiro, o que implicou deterioração nos indicadores econômico-financeiros da indústria doméstica.

Sendo assim, constatou-se que o aumento do volume importado da China a preços de dumping contribuiu para o dano à indústria doméstica.

#### 7.1 De outros fatores relevantes

Consoante determinado pelo §1º do art. 15 do Decreto nº 1.602, de 1995, foram analisados outros fatores relevantes, além das importações alegadamente a preços de dumping, que possam ter causado dano à indústria doméstica no período investigado.

O dano causado à indústria doméstica não pôde ser atribuído às importações dos outros países, tendo em conta os seguintes fatos: a) embora tenha sido crescente a participação dessas importações no consumo aparente, a maior participação dessas importações não ultrapassou 0,6%; b) tanto o aumento relativo quanto o absoluto dessas importações foram inferiores ao aumento das importações da China; e, c) o preço médio ponderado CIF em dólares estadunidenses dessas importações foi superior ao preço médio da China em todos os períodos da investigação.

No que se refere às alterações no Imposto de Importação aplicado a calçados, os sucessivos aumentos do volume importado da China não podem ser atribuídos à redução de 1,5 p.p., ocorrida de 2003 para 2004 já que os preços da indústria doméstica tiveram uma queda proporcionalmente maior do que a redução dessa alíquota. No mesmo período de redução da alíquota de 1,5 p.p. (P1 para P2), o preço da indústria doméstica diminuiu 7,9%.

O consumo nacional aparente de calçados aumentou, de P1 para P5, 3,1% e as importações a preços de dumping cresceram 549% no mesmo período. Assim, a deterioração dos indicadores econômicos da indústria doméstica não pode ser atribuída à contração da demanda.

Não foram identificadas mudanças nos padrões de consumo, práticas restritivas ao comércio pelos produtores domésticos ou estrangeiros, nem adoção de evoluções tecnológicas que pudessem resultar na preferência do produto importado ao nacional. Conforme apurado na investigação, os calçados fabricados na China e no Brasil são concorrentes entre si, disputando o mesmo mercado.

As vendas externas da indústria doméstica foram decrescentes a partir de P2. Se considerado P5 em relação a P1, essas vendas caíram 6,3%. A redução das vendas externas contribuiu para a diminuição da produção, redução do emprego, aumento do grau de ociosidade e elevação dos estoques de calçados da indústria doméstica. A queda das exportações também contribuiu para a deterioração de alguns indicadores da indústria doméstica.

Por outro lado, as exportações da indústria doméstica não constituiriam fator impeditivo para que esta pudesse elevar o volume de vendas no mercado interno e, assim, manter seu *market share*.

Quanto à produtividade, constatou-se que, em P5, foi observado o maior índice da série analisada. Dessa maneira, quedas na produção e no volume de vendas no período investigado (P1-P5) não podem ser atribuídas à eventual diminuição da produtividade.

#### 7.2 Da conclusão do nexo causal

Considerando-se principalmente os efeitos sobre o preço do produto nacional e sobre a rentabilidade da indústria doméstica, concluiu-se existir um vínculo significativo entre os crescentes volumes a preços de dumping do produto importado da China e o dano à indústria doméstica.

#### 8. Da conclusão

Tendo sido determinada a existência de dumping nas exportações de calçados da China para o Brasil, e de dano à indústria doméstica decorrente de tal prática, recomenda-se a aplicação de direito antidumping definitivo às importações brasileiras de calçados da China, a ser recolhido sob a forma de alíquota específica fixa, nos termos do § 3º do art. 45 do Decreto nº 1.602, de 1995, em montante de US\$ 13,85/par (treze dólares estadunidenses e oitenta e cinco centavos por par).

Tal montante foi calculado da seguinte forma: do valor normal apurado foi deduzido o preço CIF médio ponderado internado das importações dos calçados objeto de dumping da China. Por sua vez, o cálculo do CIF internado levou em consideração o fato de que no final do último período de investigação houve elevação do Imposto de Importação incidente na importação de calçados para 35%.

Essa recomendação levou em conta que o impacto sofrido pela indústria doméstica se dá pela concorrência com o preço do calçado chinês a preços de dumping já internado no Brasil.

### SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

#### INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 3, DE 4 DE MARÇO DE 2010

Dispõe sobre a suspensão da publicidade dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal, no período eleitoral, e dá outras providências.

O MINISTRO DE ESTADO CHEFE DA SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA (SECOM), no exercício da competência prevista no art. 87, parágrafo único, inciso II, da Constituição Federal, com fundamento no art. 2º-B, inciso V, da Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003, e no art. 1º, inciso V, da Estrutura Regimental da Secretaria, aprovada pelo Decreto nº 6.377, de 19 de fevereiro de 2008, tendo em vista o disposto no art. 73, inciso VI, alínea 'b', da Lei nº 9.504, de 30 de setembro de 1997, e no art. 50, inciso VI, alínea 'b', da Resolução nº 23.191 - Instrução nº 131, de 16 de dezembro de 2009, do Tribunal Superior Eleitoral, resolve:

#### CAPÍTULO I DAS DISPOSIÇÕES PRELIMINARES

Art. 1º A suspensão da publicidade dos órgãos e entidades, no período eleitoral, obedecerá ao disposto nesta Instrução Normativa.

Art. 2º Para os fins desta Instrução Normativa, a publicidade sob controle da legislação eleitoral compreende:

I - a Publicidade Institucional;

II - a Publicidade de Utilidade Pública;

III - a publicidade de produtos e serviços que não tenham concorrência no mercado.

Art. 3º Não se incluem no âmbito da publicidade sob controle da legislação eleitoral as ações:

I - de Publicidade Legal;

II - de publicidade de produtos ou serviços que tenham concorrência no mercado;

III - de publicidade realizada no exterior e no País para público-alvo constituído de estrangeiros.

Art. 4º Para os efeitos desta Instrução Normativa, consideram-se:

I - período eleitoral: aquele que tem início em 3 de julho e término em 3 de outubro de 2010, e poderá estender-se até 31 de outubro de 2010, se houver segundo turno nas eleições presidenciais;

II - Publicidade de Utilidade Pública e Publicidade Institucional: as espécies de publicidade conceituadas de acordo com o art. 1º, I e II, da Instrução Normativa nº 2, de 16 de dezembro de 2009, da SECOM;

III - peças e material de publicidade: cada elemento de uma campanha publicitária ou ação isolada, sob as formas gráfica, sonora ou audiovisual;

IV - órgãos e entidades: ministérios, secretarias especiais, autarquias, fundações, empresas públicas e sociedades de economia mista integrantes do Poder Executivo Federal;

V - placas de obras ou de projetos de obras: os painéis, *outdoors*, adesivos, tapumes e quaisquer outras formas de sinalização que cumpram função de identificar ou divulgar obras e projetos de que participe a União, direta ou indiretamente.

### CAPÍTULO II DA SUSPENSÃO DE AÇÕES DE PUBLICIDADE E DAS CONSULTAS AO TSE

#### Seção I Da suspensão de ações de publicidade

Art. 5º Fica suspensa a distribuição de peças e material de publicidade sob controle da legislação eleitoral destinados à veiculação, exibição ou exposição ao público durante o período eleitoral.

Parágrafo único. Cada órgão ou entidade deverá, com a necessária antecedência, mandar suspender a publicidade sob controle da legislação eleitoral que, por sua atuação direta, esteja sendo veiculada gratuitamente, como parceria ou a título similar no rádio, na televisão, na internet, em jornais e revistas ou em outros meios de divulgação.

Art. 6º Caberá aos órgãos e entidades manter registros claros (data, natureza do material, destinatário, etc.) de que o material sob controle da legislação eleitoral foi distribuído antes do período eleitoral, para, se necessário, fazer prova junto ao Tribunal Superior Eleitoral (TSE).

#### Seção II Dos pedidos de autorização ao Tribunal Superior Eleitoral

Art. 7º A publicidade que, a juízo dos órgãos e entidades, possa ser reconhecida como de grave e urgente necessidade pública, para o fim de veiculação, exibição ou exposição durante o período eleitoral, deve ser apresentada diretamente à SECOM, com pedido de encaminhamento ao TSE para autorização de sua realização.

§ 1º Estão sujeitos à regra deste artigo os textos para pronunciamentos em cadeias de rádio e televisão.

§ 2º Os pedidos de encaminhamento ao TSE, enviados à SECOM, devem estar acompanhados:

I - de informações que demonstrem clara e objetivamente a grave e urgente necessidade pública da publicidade a ser realizada;

II - das respectivas peças e material de publicidade, sob a forma de roteiro, *leiaute*, *story-board*, 'monstro' ou, quando for o caso, de exemplar da peça ou material.

§ 3º As peças e o material de publicidade só poderão ser veiculados, exibidos ou expostos na forma aprovada pelo TSE, observadas as eventuais modificações por ele determinadas.

### CAPÍTULO III DA MARCA DO GOVERNO FEDERAL

#### Seção I Da suspensão do uso da marca

Art. 8º Fica suspensa, durante o período eleitoral, toda e qualquer forma de aplicação da marca 'Brasil. Um País de Todos.', prevista nos arts. 10 a 13 da Instrução Normativa nº 2, de 16 de dezembro de 2009, na publicidade ou em outra espécie de comunicação.

Parágrafo único. A suspensão prevista neste artigo se estende à divulgação da marca em quaisquer suportes utilizados como meios de divulgação.

#### Seção II Das placas de obras ou de projeto de obras

Art. 9º. As placas de projetos de obras ou de obras de que participe a União, direta ou indiretamente, devem ser alteradas para exposição durante o período eleitoral.

Parágrafo único. A alteração prevista neste artigo consistirá na retirada ou na cobertura da marca mencionada no art. 8º desta Instrução Normativa.

Art. 10. Faculta-se a retirada da placa, como alternativa ao disposto no art. 9º, se for mais conveniente aos órgãos e entidades cuja marca ou assinatura esteja estampada na placa.

Parágrafo único. A alternativa de retirada da placa, prevista neste artigo, não se aplica às placas destinadas a divulgar informações obrigatórias, nos moldes das previstas no art. 16 da Lei nº 5.194, de 24 de dezembro de 1966, ou em outras normas correlatas.

Art. 11. Nos casos em que a placa tenha sido instalada:

I - por agentes do Poder Executivo Federal, da administração direta ou indireta, caberá aos respectivos órgãos ou entidades promover, tempestivamente, a retirada ou a cobertura da marca, ou a retirada da placa, conforme for mais conveniente;

II - por outro ente público ou privado, em obediência a termos de convênio, contrato ou ajustes, caberá ao órgão ou entidade responsável, oficial e tempestivamente, solicitar a retirada ou cobertura da marca, ou propor a retirada da placa, e obter comprovação inequívoca de que solicitou tais providências àqueles entes para, se necessário, fazer prova junto à Justiça Eleitoral.

### Seção III

#### Da retirada de marcas e slogans em sítios da internet

Art. 12. Devem ser retirados dos sítios do Poder Executivo Federal na internet, durante o período eleitoral, a marca mencionada no art. 8º desta Instrução Normativa, *slogans* e tudo que possa constituir sinal distintivo de ação de publicidade objeto de controle da legislação eleitoral.

Art. 13. Caso tenha sido solicitada ou estabelecida para outros entes públicos ou privados a divulgação, em seus sítios, da marca referida no art. 8º, de *slogans* e de elementos que possam constituir sinal distintivo de ação de publicidade do Poder Executivo Federal, cumpre ao respectivo órgão ou entidade diretamente responsável solicitar, oficial e tempestivamente, sua retirada e obter comprovação clara e inquestionável de que solicitou tal providência àqueles entes para, se necessário, fazer prova junto à Justiça Eleitoral.

### Seção IV

#### Disposições Gerais

Art. 14. A prática de condutas vedadas a agentes públicos, tendentes a afetar a igualdade de oportunidades entre os candidatos nos pleitos eleitorais, será imputada ao agente que lhe der causa, sujeito às penas previstas no § 4º do art. 73 da Lei nº 9.504/1997.

Art. 15. O Subchefe-Executivo da SECOM poderá editar orientações complementares destinadas ao fiel cumprimento do disposto nesta Instrução Normativa.

Art. 16. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação e perderá sua vigência ao término do período eleitoral.

Art. 17. Fica revogada a Instrução Normativa nº 3, de 8 de maio de 2006.

FRANKLIN MARTINS

## Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

### SECRETARIA DE DEFESA AGROPECUÁRIA

#### INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 5, DE 4 DE MARÇO DE 2010

O SECRETÁRIO DE DEFESA AGROPECUÁRIA, DO MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO, no uso da atribuição que lhe conferem os Arts. 9º e 42, do Anexo I, do Decreto nº 5.351, de 21 de janeiro de 2005, tendo em vista o disposto no Regulamento de Defesa Sanitária Vegetal, capítulo IV, aprovado pelo Decreto nº 24.114, de 12 de abril de 1934,

Considerando a Resolução GMC Nº 11/09, que aprovou os requisitos fitossanitários do Sub-standard 3.7.53 - Requisitos fitossanitários para *Vaccinium spp.* (mirtilo) segundo país de destino e origem para os Estados Partes, e o que consta do Processo nº 21000.000180/2010-80, resolve:

Art. 1º Revogar as Instruções Normativas SDA nº 73, de 8 de outubro de 2004, e nº 43, de 15 de agosto de 2006.

Art. 2º Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

INÁCIO AFONSO KROETZ

### SUPERINTENDÊNCIA FEDERAL DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO EM SANTA CATARINA DIVISÃO TÉCNICA

#### ATO Nº 1, DE 24 DE FEVEREIRO DE 2010

O CHEFE DA DIVISÃO TÉCNICA DA SUPERINTENDÊNCIA FEDERAL DE AGRICULTURA EM SANTA CATARINA, no uso das atribuições contidas nos incisos III e IV, do art. 40, do Regimento Interno das Superintendências Federais de Agricultura, aprovado pela Portaria Ministerial nº 300, de 16/06/2005, e o que consta no Processo nº 21050.000834/2004-11, aprova a alteração cadastral do estabelecimento credenciado sob o registro BR SC 0071, na forma proposta pelo Serviço de Fiscalização Agropecuária desta SFA-SC.

Razão Social anterior: Masisa Madeiras Ltda.  
CNPJ anterior: 01.603.889/0001-64  
Razão Social atual: Sólida Brasil Madeiras Ltda.  
CNPJ atual: 10.556.018/0002-09

RENATO GERSZEWSKI

## Ministério da Cultura

### GABINETE DO MINISTRO

#### PORTARIA Nº 18, DE 3 DE MARÇO DE 2010

Revoga a Portaria nº 128, de 11 de dezembro de 2009 e repristina a Portaria nº 193, de 11 de junho de 1999.

O MINISTRO DE ESTADO DA CULTURA no uso das atribuições que lhe confere o inciso II do parágrafo único do art. 87 da Constituição,

Considerando que o dispositivo do art. 74 do Decreto nº 2.206, de 14 de abril de 1997, que regulamentou o inciso VII do art. 10 da Lei nº 8.977, de 6 de janeiro de 1995, denominada Lei do Cabo, possibilitou, em seus 13 anos de vigência, a existência de apenas dois canais de programação compostos por obras cinematográficas e audiovisuais brasileiras de produção independente, atestando a dificuldade de penetração desses canais na grade das operadoras de televisão por cabo, especialmente nos pacotes básicos;

Considerando que em quase 13 anos de vigência do Decreto nº 2.206, de 1997, o frágil equilíbrio econômico-financeiro dos canais de programação acima mencionados levou-os a aquisição, em alguma medida, de obras audiovisuais contratadas sob regime de terceirização de produtoras brasileiras sem vínculo ou associação com as empresas que programam esses canais, nos termos autorizados pela Portaria nº 193, de 11 de junho de 1999;

Considerando que ao longo dos quase 13 anos de vigência do referido Decreto a política de inserção internacional do Brasil levou o país a aumentar o esforço de efetiva integração com os países do MERCOSUL e ao aprofundamento das relações com os demais países da América Latina e do Caribe, como revelam a iniciativa da UNASUL e as tratativas para a criação de uma organização dos estados latino americanos e do Caribe, e que esta integração também desejada no território da Cultura e em particular do audiovisual já estava prevista na Portaria nº 193, de 1999;

Considerando que se encontra em tramitação final, no Congresso Nacional, projeto de lei que trata do novo marco regulatório para a prestação dos serviços de televisão por assinatura no Brasil, o Projeto de Lei nº 29, de 2007, conhecido como PL 29, e que a entrada em vigor da Portaria nº 128, de 11 de dezembro de 2009, exigirá uma readequação de procedimentos por parte das operadoras;

Considerando que o texto atual do PL 29, formatado em dezembro de 2009 na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informação, e encaminhado à Comissão de Constituição e Justiça e de Cidadania, ambas da Câmara dos Deputados, trata da efetiva ampliação do espaço para a produção audiovisual brasileira independente nos serviços de televisão por assinatura;

Considerando que os termos do texto atual do PL 29 criam condições para a efetiva penetração, nos pacotes básicos de operadoras de televisão por assinatura em todas as plataformas de distribuição do serviço, de canais com perfil semelhante ao estipulado pelo art. 74 do Decreto nº 2.206, de 1997;

Considerando que o disposto no texto atual do PL 29 trata da obrigação, por parte das operadoras, de veiculação de canais compostos majoritariamente por obras cinematográficas e audiovisuais brasileiras de produção independente, e que a presença dessas obras nos canais mencionados se dá, na grade de programação diária, de maneira mais flexível do que o estipulado pela Portaria nº 193, de 1999 e pela Portaria nº 128, de 11 de dezembro de 2009, ambas deste Ministério;

Considerando ainda que os termos a partir dos quais se propõe, no texto atual do PL 29, a ampliação do espaço para a produção audiovisual brasileira independente nos serviços de televisão por assinatura, são mais amplos e mais efetivos do que os previstos na Lei nº 8.977, de 1995, e que tais termos foram amplamente negociados entre as várias partes envolvidas, e estabelecerão inclusive os marcos conceituais a serem utilizados pelo Poder Público; e

Considerando, por fim, que a nova lei que está sendo gestada a partir do PL 29 revogará a Lei nº 8.977, de 1995, com reflexos no decreto que a regulamentava, notadamente o Decreto nº 2.206, de 1997, assim como as portarias deste Ministério derivadas deste Decreto, resolve:

Art. 1º Fica revogada a Portaria nº 128, de 11 de dezembro de 2009, e repristinada a Portaria nº 193, de 11 de junho de 1999, que dispõem sobre o credenciamento pelo Ministério da Cultura de programadoras que desenvolvam programação composta por obras cinematográficas e audiovisuais brasileiras de produção independente.

Art. 2º Esta portaria entra em vigor na data de sua publicação.

JOÃO LUIZ SILVA FERREIRA

## AGÊNCIA NACIONAL DO CINEMA SECRETARIA DE GESTÃO INTERNA

### INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 88, DE 2 DE MARÇO DE 2010

Regulamenta o cumprimento e a aferição da exibição obrigatória de obras cinematográficas brasileiras de longa metragem pelas empresas proprietárias, locatárias ou arrendatárias de salas ou complexos de exibição pública comercial, e dá outras providências.

A Diretoria Colegiada da Agência Nacional do Cinema - ANCINE, no uso da atribuição que lhe confere o inciso IV do art. 6º do Anexo I do Decreto nº 4.121, de 07 de fevereiro de 2002, e tendo em vista o disposto no art. 55 da Medida Provisória nº 2.228-1, de 06 de setembro de 2001, bem como preceituado no Decreto que regulamenta o referido artigo, em 342ª Reunião Ordinária, realizada em 02 de março de 2010, resolve:

#### CAPÍTULO I

##### DO OBJETO

Art. 1º - Esta Instrução Normativa tem por fim estabelecer a forma de cumprimento da obrigatoriedade prevista no artigo 55 da Medida Provisória nº 2.228-1/01.

Parágrafo Único - As definições dos termos e expressões utilizados nesta Instrução Normativa são as constantes do seu Anexo I.

#### CAPÍTULO II

##### DOS PRINCÍPIOS SETORIAIS APLICÁVEIS À COTA DE

##### TELA

Art. 2º - Na aplicação, interpretação e execução da presente Instrução Normativa serão observados os seguintes princípios:

I - auto-sustentabilidade do mercado audiovisual e, em particular, da indústria nacional;

II - promoção da cultura nacional e da língua portuguesa;

III - estímulo à diversificação da produção cinematográfica e videofonográfica nacional.

#### CAPÍTULO III

##### DA COTA DE TELA

Art. 3º - As empresas proprietárias, locatárias ou arrendatárias de salas ou complexos de exibição pública comercial estão obrigadas a exibir, anualmente, obras cinematográficas brasileiras de longa metragem, no âmbito de sua programação, observados o número mínimo de dias e a diversidade dos títulos fixados por decreto.

§1º - A obrigatoriedade de que trata o caput abrange salas, geminadas ou não, pertencentes a mesma empresa exibidora e que integrem espaços ou locais de exibição pública comercial localizados em um mesmo complexo, conforme definido no Anexo I desta Instrução Normativa.

§2º - Somente serão válidas para cumprimento da obrigatoriedade regulamentada nesta Instrução Normativa as obras cinematográficas brasileiras de longa metragem que cumulativamente atendam às seguintes condições:

I - Sejam portadoras de Certificado de Produto Brasileiro - CPB, emitido pela ANCINE, ou certificado a ele equiparado, emitido por órgão competente antecessor.

II - Possuam seu título previamente registrado na ANCINE, com Certificado de Registro de Título - CRT - vigente e válido para o mercado de salas de exibição.

III - Não tenham sido exibidas em meios eletrônicos antes da exibição em salas.

#### SEÇÃO I

Das Responsabilidades pelo Cumprimento da Obrigatoriedade

Art. 4º - A responsabilidade pelo cumprimento da obrigatoriedade regulamentada no artigo 3º será da empresa cuja atividade econômica é a exibição pública comercial que, durante o período de sua incidência, constar como responsável pelas salas ou complexos dessas exibições, seja na qualidade de proprietária, locatária ou arrendatária das salas e/ou complexo a que pertençam, conforme seus obrigatórios registros na ANCINE.

#### SEÇÃO II

Da Transferência da Obrigatoriedade

Art. 5º - A empresa proprietária, locatária ou arrendatária de salas ou complexos de exibição pública comercial responsável pelo cumprimento da obrigatoriedade anual em mais de um complexo poderá requerer à ANCINE transferência de dias de obrigatoriedade de um determinado complexo para outro.

§1º - A transferência aludida no caput poderá abranger complexos e salas de exibição de empresas exibidoras distintas, desde que pertençam ao mesmo grupo econômico exibidor, segundo consta em seu registro na ANCINE.