



MINISTÉRIO DA FAZENDA
CONSELHO ADMINISTRATIVO DE RECURSOS FISCAIS
CÂMARA SUPERIOR DE RECURSOS FISCAIS

Processo nº 10435.000172/2007-10
Recurso nº Especial do Contribuinte
Acórdão nº 9303-002.887 – 3ª Turma
Sessão de 20 de fevereiro de 2014
Matéria COFINS. AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE
Recorrente REDE NORDESTE DE COMUNICAÇÃO LTDA
Interessado FAZENDA NACIONAL

ASSUNTO: CONTRIBUIÇÃO PARA O FINANCIAMENTO DA SEGURIDADE SOCIAL - COFINS

Período de apuração: 01/10/2002 a 31/12/2003

COFINS. BASE DE CÁLCULO. FATURAMENTO. COMISSÕES PAGAS A AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE.

Integra o faturamento do veículo de comunicação todo o valor recebido do anunciante para veiculação de sua propaganda, dele não se excluindo a parcela paga, a título de comissão de agência, às pessoas jurídicas que realizam a atividade de agenciamento de propaganda.

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos.

Acordam os membros do colegiado, por maioria de votos, em negar provimento ao recurso, nos termos do relatório e votos que integram o presente julgado. Vencidos o Conselheiro Rodrigo Cardozo Miranda e as Conselheiras Nanci Gama e Fabíola Cassiano Keramidas, que davam provimento.

MARCOS AURÉLIO PEREIRA VALADÃO – Presidente Substituto.

JÚLIO CÉSAR ALVES RAMOS - Relator.

EDITADO EM: 20/03/2014

Participaram da sessão de julgamento os conselheiros: Henrique Pinheiro Torres, Nanci Gama, Júlio César Alves Ramos, Rodrigo Cardozo Miranda, Rodrigo da Costa Pôssas, Francisco Maurício Rabelo de Albuquerque Silva, Joel Miyazaki e Fabíola Cassiano

Keramidas (em substituição à Conselheira Maria Teresa Martinez Lopez) e Marcos Aurélio Pereira Valadão (Presidente da Primeira Seção, em substituição ao Presidente Otacílio Cartaxo). Ausentes, justificadamente, o Presidente Otacílio Cartaxo e a Conselheira Susy Gomes Hoffmann.

Relatório

Em exame recurso do contribuinte acima identificado contra decisão que manteve lançamento de COFINS sobre os valores que a empresa faturou, recebeu e posteriormente repassou a agências de publicidade a título de comissões.

Nele, a recorrente aduz que esses valores não constituem receita sua, o que estaria disciplinado na legislação do setor, embora não cite qualquer ato legal a não ser a Lei 10.925 que cuida da tributação nas agências de publicidade.

A decisão recorrida fundamentou sua decisão na não regulamentação do dispositivo da Lei 9.718 que previa a exclusão de valores escriturados como receita mas repassados a outras pessoas jurídicas.

É o Relatório.

Voto

Conselheiro Júlio César Alves Ramos

O recurso foi bem admitido porquanto juntados paradigmas que cuidaram exatamente da mesma matéria e a ela deram solução contrária à da decisão recorrida.

Como é bem sabido, o tema é recorrente e foi novamente enfrentado nos meses de outubro e novembro do ano passado em repetidos processos do mesmo contribuinte relatados pelo Conselheiro Henrique Pinheiro Torres e por mim. Nestes últimos, além dos argumentos padrão, tivemos de enfrentar especificamente a aplicabilidade da Lei 12.232, o que me levou a reproduzir os votos proferidos em outubro pelo Conselheiro Henrique.

Neste processo, porém, não se argúi tal aplicabilidade, o que me faz retornar a antigo voto por mim proferido ainda no Segundo Conselho de Contribuintes, no qual, acredito, enfrentei todos os demais argumentos comumente presentes quanto à matéria.

Peço vênia para reproduzi-lo na sequência:

Deve-se reafirmar de logo, que nos termos da legislação de regência, faturamento corresponde ao preço dos serviços cobrados. É natural que para obter o seu faturamento a empresa precise remunerar profissionais – pessoas físicas e jurídicas – que para ele contribuem. Ai se incluem, como regra, corretores, agenciadores e quaisquer outros intermediários que, mesmo não tendo vínculo empregatício com a empresa, para ela atraem clientes que produzirão receitas.

Essa, portanto, a regra que define como custos os valores pagos a título de comissões. A empresa, no entanto, defende que no seu ramo de atividade essa regra não valeria e que os valores pagos às agências não integram o seu faturamento porque seriam, de direito, das pessoas jurídicas que realizaram a atividade de agenciamento das propagandas veiculadas. Mais especificamente, ela defende que esses valores são devidos pelo anunciante à agência e são por aquela entregues ao veículo de divulgação para que, em nome dele, anunciante, efetue o pagamento à agência.

Afirma mesmo que isso seria determinado pelo ato legal que disciplina a atividade. Vejamos, por isso, os artigos da Lei nº 4.680/65 que interessam ao caso:

CAPÍTULO IV

Das Comissões e Descontos devidos aos Agenciadores e às Agências de Propaganda

Art 11. A comissão, que constitui a remuneração dos Agenciadores de Propaganda, bem como o desconto devido às Agências de Propaganda serão fixados pelos veículos de divulgação sobre os preços estabelecidos em tabela.

Parágrafo único. Não será concedida nenhuma comissão ou desconto sobre a propaganda encaminhada diretamente aos veículos de divulgação por qualquer pessoa física ou jurídica que não se enquadre na classificação de Agenciador de Propaganda ou Agências de Propaganda, como definidos na presente Lei.

Art 12. Não será permitido aos veículos de divulgação descontarem da remuneração dos Agenciadores de Propaganda, no todo ou em parte, os débitos não saldados por anunciantes, desde que sua propaganda tenha sido formal e previamente aceita pela direção comercial do veículo da divulgação.

Art 13. Os veículos de divulgação poderão manter a seu serviço Representantes (Contatos) junto a anunciantes e Agências de Propaganda, mediante remuneração fixa.

Parágrafo único. A função de Representantes (Contato) poderá ser exercida por Agenciador de Propaganda, sem prejuízo de pagamento de comissões, se assim convier às partes.

Art 14. Ficam assegurados aos Agenciadores de Propaganda, registrados em qualquer veículo de divulgação, todos os benefícios de caráter social e previdenciário outorgados pelas Leis do Trabalho.

Da leitura desses dispositivos não vislumbro nada que sustente a tese da empresa de que quem remunera os profissionais encarregados do agenciamento de publicidade seja o anunciante

e que caiba ao veículo apenas “repassar” esses valores à agência.

O que me parece estar aí disciplinado é exatamente o relacionamento comercial entre tal agenciador – pessoa física ou agência – e o veículo de comunicação, beneficiário direto do exercício profissional que se está regulando, na medida em que ele gera receita para tal veículo. Com efeito, aí não se diz que a agência esteja impedida de cobrar do anunciante diretamente pelos serviços de elaboração da campanha publicitária ou qualquer outro serviço que lhe preste. Aqui o que se regula, em suma, é o serviço prestado ao veículo.

Corroborar tal entendimento a ressalva contida no parágrafo único do art. 11: não se pagam comissões se nenhum serviço foi prestado. Ora, é evidente que, mesmo sem esse serviço de intermediação, a propaganda tem de ser criada e produzida por alguém, que deve, por óbvio, ser remunerado pelo anunciante interessado. Não se confundem, pois, a intermediação – o agenciamento – e a criação e produção da propaganda a ser veiculada.

Igualmente reforça o entendimento aqui esposado a autorização para que o veículo de divulgação mantenha profissional, por si diretamente remunerado, como contato junto à agência. O “contato” aí mantido só pode se justificar pela captação, para o veículo, da propaganda que está sendo criada pela agência.

A empresa citada ainda o art. 53 da Lei 7.450/85 (relativo ao imposto sobre a renda) que indicaria que o próprio Sujeito Ativo reconheceria esse caráter de mero repasse. Vejamos então o que dispõe o artigo:

Art 53 - Sujeitam-se ao desconto do imposto de renda, à alíquota de 5% (cinco por cento), como antecipação do devido na declaração de rendimentos, as importâncias pagas ou creditadas por pessoas jurídicas a outras pessoas jurídicas: (Vide Lei nº 9.064 de 1995)

I - a título de comissões, corretagens ou qualquer outra remuneração pela representação comercial ou pela mediação na realização de negócios civis e comerciais;

II - por serviços de propaganda e publicidade.

Parágrafo único - No caso do inciso II deste artigo, excluem-se da base de cálculo as importâncias pagas diretamente ou repassadas a empresas de rádio, televisão, jornais e revistas, atribuída à pessoa jurídica pagadora e à beneficiária responsabilidade solidária pela comprovação da efetiva realização dos serviços.

Portanto, aqui também não se diz o que quer ler a empresa. Com efeito, tudo que está aí regulado é a obrigatoriedade de desconto na fonte no momento do pagamento. Aí não se diz que esse “pagamento” é feito pelo veículo em nome (ou por conta e ordem) do anunciante.

A disposição do parágrafo único acima foi disciplinada pela SRF por meio da Instrução Normativa nº 123/92. Mas aí também não se mencionou a hipótese que quer construir o contribuinte. Lá, o que se previu foi a situação oposta: o anunciante entregar à agência – visto que é com ela que ele contrata – os valores devidos ao veículo. Ou seja, é a agência quem “repassa” ao veículo o pagamento devido pelo anunciante e não o contrário. E é por esse motivo que tal valor pode ser abatido da base de cálculo para incidência da retenção.

Com essas considerações, não encontro na legislação citada pela contribuinte nada que descaracterize a natureza de custos dos valores que ela paga, a título de remuneração pelo serviço prestado a ela mesma, consistente na obtenção de anunciantes.

Com efeito, não divirjo em nada da interpretação adotada pelas autoridades administrativas, tanto a que realizou o lançamento quanto as que o julgaram em primeiro grau. Ou seja, estamos lidando com mera prestação de serviço de intermediação que em nada difere da corretagem praticada em outros ramos senão pelo fato de o objeto da intermediação não ser material.

Dito claramente, a agência é remunerada pelo veículo porque “vende” o produto do veículo de comunicação, da mesma forma que qualquer corretor que “vende” ações, imóveis ou qualquer outra coisa. É por esse serviço que o veículo paga à agência, que, sem nenhuma dúvida, aumentou o seu faturamento ao trazer-lhe o cliente.

Dá que esse pagamento se reveste da natureza simples de custo para o veículo que o paga, necessário, sem dúvida, para a obtenção da receita, e por isso dedutível para efeito de imposto de renda. No que tange à contribuição em tela, devida apenas sobre o faturamento, não há que se falar em abatimento de custos, pelo que, no ponto, ao recurso deve ser negado provimento.

Com essas mesmas considerações, nego provimento ao recurso ora em apreço.

Júlio César Alves Ramos - Relator

CÓPIA