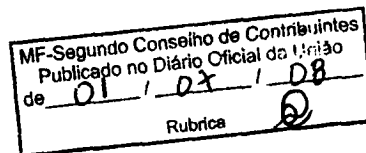




MINISTÉRIO DA FAZENDA
SEGUNDO CONSELHO DE CONTRIBUINTES
TERCEIRA CÂMARA

Processo nº 10880.003646/2003-95
Recurso nº 124.173 Voluntário
Matéria PIS. AUTO DE INFRAÇÃO.
Acórdão nº 203-12.742
Sessão de 12 de março de 2008
Recorrente STANDARD OGILVY E MATHER LTDA.
Recorrida DRJ em Curitiba - PR



ASSUNTO: CONTRIBUIÇÃO PARA O PIS/PASEP

Período de apuração: 01/01/1996 a 30/09/2000

PIS/FATURAMENTO. PERÍODOS DE APURAÇÃO DE 03/1996 A 09/2000. AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE. BASE DE CÁLCULO. VALORES REPASSADOS A TERCEIROS. TRIBUTAÇÃO.

As agências de propaganda e publicidade não podem excluir da base de cálculo do PIS, apurada a partir da soma dos valores totais das faturas/notas fiscais de serviços por elas emitidas, os valores pagos aos veículos de divulgação, que não são meros repasses financeiros, mas sim custos ou despesas.

NOTA FISCAL/FATURA. PREÇO DOS SERVIÇOS PRESTADOS.

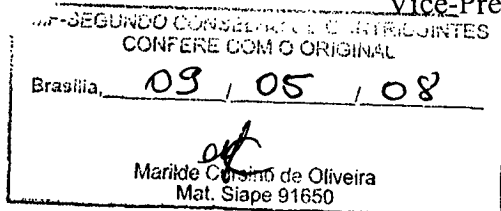
A nota fiscal/fatura representa o valor dos serviços prestados pelo emitente ao seu destinatário, no valor da importância total nela consignada.

Recurso negado.

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos.

ACORDAM os Membros da TERCEIRA CÂMARA do SEGUNDO CONSELHO DE CONTRIBUINTES, por maioria de votos, em negar provimento ao recurso. Vencido o Conselheiro Dalton Cesar Cordeiro de Miranda que dava provimento integral. Fez sustentação oral, pela recorrente, o Dr. Luis Henrique Morotti Toselli.


DALTON CESAR CORDEIRO DE MIRANDA
Vice-Presidente no exercício da Presidência

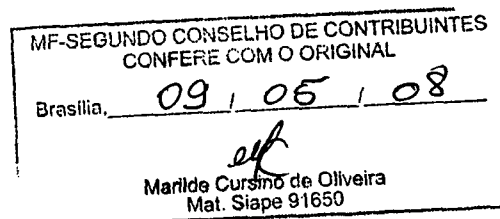


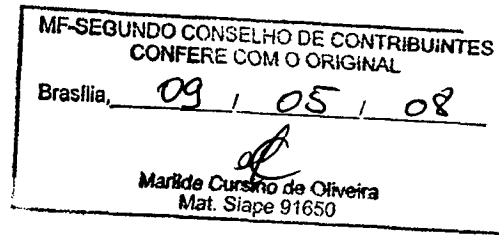


EMANUEL CARLOS DANTAS DE ASSIS

Relator

Participaram, ainda, do presente julgamento, os Conselheiros Eric Moraes de Castro e Silva, Odassi Guerzoni Filho, Luciano Pontes de Maya Gomes, José Adão Vitorino de Moraes, Jean Cleuter Simões Mendonça e Alexandre Kern (Suplente).





Relatório

Trata-se de crédito tributário relativo à contribuição para o PIS/Faturamento, períodos de apuração de 03/96 a 09/2000 (fls. 10/26), apartado do Processo nº 13808.001141/2001-95, cujo Auto de Infração abrangia os períodos de 01/96 a 09/2000. O lançamento decorreu da exclusão, por parte da autuada, na apuração da base de cálculo do PIS, dos valores dos serviços de veiculação prestados pelos veículos de comunicação. Nos termos do Termo de Constatação Fiscal que integra o Auto de Infração (fls. 354/356 do processo original), a autuada deixa de reconhecer parte da receita bruta, relativa aos pagamentos aos "fornecedores" (veículos de comunicação). Para ilustrar o procedimento, a Fiscalização acostou aos autos cópias de algumas notas fiscais/faturas de serviços (fls. 64/77 do processo original).

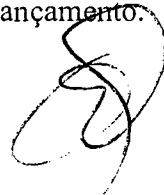
A decisão de primeira instância prolatada no processo original (ver fls. 1 e 49/63 deste processo) cancelou o lançamento dos períodos de 01/96 e 02/96 - porque a empresa, sendo exclusivamente prestadora de serviços, recolhia o PIS/Repique naqueles dois meses - e reduziu os valores dos períodos de apuração de 03/96 a 09/2000, na proporção dos valores confessados em DCTF (fls. 60/61). O crédito remanescente, relativo aos períodos de apuração de 03/96 a 09/2000, foi apartado e constitui-se no objeto deste processo.


Na impugnação inicialmente são estabelecidos alguns conceitos próprios do mercado de propaganda e publicidade, dentre eles o de agência de propaganda, o de cliente ou anunciante e o de veículo de divulgação. É destacado o art. 15 do Decreto nº 57.690/66, segundo o qual "O faturamento da divulgação será feito em nome do Anunciante, devendo o Veículo de Divulgação remetê-lo à Agência responsável pela propaganda." A impugnante também discorre sobre as formas de remuneração da agência, separando-a em dois elementos básicos: a comissão, que é receita operacional própria, e o preço do serviço prestado pelos veículos, segundo ela receita daqueles.

Depois se reporta às legislações do ISS de São Paulo e à do IRPJ, que permitem abater da base de cálculo desses impostos os valores repassados aos veículos de propaganda, concluindo que tais valores "possuem a natureza de mera transferência financeira, fiscalmente documentada, que, à semelhança do IRRF, deverá ser excluída da base de cálculo do PIS, incidente sobre o faturamento." (fl. 40). Também faz retrospecto da legislação do PIS, mencionando a LC nº 7/70, os malsinados Decretos-Leis nºs 2.445/88 e 2.449/88 e as Leis nºs 9.715/98 e 9.718/98, ressaltando que a revogação do inciso III do § 2º do art. 3º desta última em nada altera o procedimento adotado pela impugnante, já que os valores repassados aos veículos não se constituem em receitas próprias.

Ao final, alega que o Auto de Infração implica em ofensa ao princípio do não-confisco, estatuído no art. 150, II, da Constituição Federal.

A DRJ manteve parcialmente o crédito tributário lançado, considerando que em relação aos fatos geradores ocorridos a partir de 01/02/1999, quando passou a ter eficácia a ampliação da base de cálculo do PIS, determinada pela Lei nº 9.718/98, não há dúvida quanto à incidência do PIS sobre as operações objeto do lançamento.



MF-SEGUNDO CONSELHO DE CONTRIBUINTES CONFERE COM O ORIGINAL
Brasília, <u>09</u> / <u>05</u> / <u>08</u>
 Marilde Cusino de Oliveira Mat. Siape 91650

Com relação ao período compreendido entre março de 1996 e janeiro de 1999, a primeira instância entendeu que a agência não pratica intermediação em relação aos veículos de propaganda, tampouco atua como mandatária, e que o fato de emitir nota fiscal/fatura contra os anunciantes, pelo valor total da campanha publicitária, configura que também os serviços prestados pelos veículos integra a receita da agência, para fins de base de cálculo do PIS, na forma do art. 2º da LC nº 7/70. Por outro lado, entendeu que a legislação do ISS e do IRRF não se aplica ao PIS e, ao final, não apreciou o argumento de ofensa ao princípio do não-confisco por ser matéria de inconstitucionalidade, reservada ao Poder Judiciário.

No Recurso Voluntário a autuada insiste na improcedência total do lançamento, reforçando os argumentos expendidos na impugnação.

Argúi não ter a primeira instância se pronunciado acerca de que *“o procedimento que adotava não era uma faculdade sua mas sim uma imposição das normas que regulamentam sua atividade empresarial, dentre as quais se incluía o Decreto nº 57.690/66 e o Código de Ética dos profissionais de propaganda”* (fl. 76). Em seguida afirma que *“a atuação das agências publicitárias como entes arrecadadores do montante cobrado dos anunciantes pelos veículos de divulgação não é uma opção mas sim uma determinação legal.”*

Após repisar alguns conceitos próprios da atividade, extraídos do Decreto nº 57.690/66, do Código de Ética e da Lei nº 4.680/65, chama a atenção para a análise das expressões *“comissão”* e *“remuneração da Agência de Propaganda”*, segundo ela os únicos valores *“que efetivamente configuram as receitas operacionais auferidas pela Agência de Propaganda, as quais devem, sem dúvida alguma, ser submetidos à tributação do PIS”* (fl. 82, in fine). Destaca o art. 14 do Código de Ética das Agências de Propaganda, que informa: *Os Veículos faturarão sempre em nome dos anunciantes, enviando as contas às agências por elas responsáveis para cobrança. Daí, deduz que “não é permitido às agências publicitárias deixarem de exigir de seus Clientes - Anunciantes o valor relativo a serviços prestados por terceiros, tampouco seria lícito às Autoridades Fiscais estabelecerem um ônus tributário adicional”* relativo a tal cobrança. (fls. 83/84).

Interpretando a legislação do PIS e o conceito de faturamento, aduz que, se o mesmo é *“um tributo incidente sobre receitas auferidas pela pessoa jurídica, era necessário que ficasse inequivocamente comprovado que a recorrente houvera auferido alguma receita com a veiculação de mensagens de propaganda”*, o que julga impossível porque as agências não podem auferir receitas dessa natureza, em face da legislação própria e porque nem possuem infraestrutura para tanto.

Entende que a expressão receita deve ser compreendida à luz da Norma Internacional de Contabilidade (NIC) 18, que a define como entradas de benefícios econômicos, quando tais entradas resultam em aumento de patrimônio líquido. Não havendo aumento patrimonial o ingresso não pode ser considerado receita. Daí verificar distorção no conceito de receita, com ofensa ao art. 110 do CTN.

Menciona novamente a legislação do Imposto de Renda da Pessoa Jurídica e do ISS, bem como decisões deste Conselho de Contribuintes, a saber: Acórdãos nºs 103-4.851/82 e 103-20.418/2000, o primeiro no sentido de excluir da receita bruta operacional das agências de propaganda as importâncias repassadas aos veículos, o segundo relativo ao IRPJ, afirmando que tal imposto incide exclusivamente sobre os honorários das agências. Cita também as Soluções de Consulta nºs 42/00 e 43/00, da SRRF da 1ª Região Fiscal, que tratam da CSLL e do Lucro Presumido na atividade de propaganda, e uma terceira Solução de Consulta da SRRF

da 7ª Região Fiscal, sob nº 350/98, referente à Cofins ao PIS nas vendas em consignação de passagens aéreas, pelas agências de turismo. Menciona, ainda, o art. 13 da Instrução Normativa SRF/STN/SFC nº 04/97, que dispõe sobre a retenção dos tributos pelos órgãos públicos federais e estaria a reconhecer o procedimento por ela adotado.

Ao final, a recorrente transcreve em seu socorro a ementa do Acórdão nº 201-73.944, que trata da situação em que o veículo de propaganda recebe as receitas e repassa parte às agências.

Esta Terceira Câmara, na sessão de 15 de junho de 2004, por maioria de votos converteu o julgamento em diligência visando a anexação de peças de Mandado de Segurança impetrado pela Associação Brasileira de Agências de Propaganda (ABAP) e pela Federação Nacional das Agências de Propaganda e Publicidade (Fenapro), bem como saber a condição de associada ou filiada da recorrente, a ambas ou uma das entidades autoras da ação judicial. Levou-se em conta informação fornecida por ocasião da sustentação oral do patrono da recorrente, naquela data, e a possibilidade de efeitos da ação judicial nesta via administrativa (ver fl. 250).


O Memorial Complementar de Julgamento entregue naquela sessão informa que o referido Mandado de Segurança, impetrado pelas duas entidades acima mencionadas, tramita sob o nº 2002.34.00.015024-9 e que, em 19/05/2004, foi proferida sentença favorável às associadas das impetrantes.


No curso da diligência determinada por este Colegiado a recorrente, apresentando cópias da Inicial da referida ação mandamental, da sentença de primeira instância e de certidão de objeto e pé expedida em 24/07/2007, bem como a prova de que é associada da ABAP (uma das entidades impetrantes) desde 1957 (fl. 321), pronunciou-se pela não concomitância entre as vias judicial e administrativa (fls. 266/268, vol. II). Após destacar que não houve trânsito em julgado naquele Mandado de Segurança Coletivo, defende que se ao final o provimento for pela improcedência não atingirá a recorrente, por não poder prejudicar os interesses e direitos individuais da categoria (menciona o § 1º do art. 103 da Lei nº 8.078/90 - Código de Defesa do Consumidor).

Argúi, também, que o referido Mandado de Segurança Coletivo não impede o julgamento deste Recurso Voluntário, afirmando que este visa à desconstituição do Auto de Infração, enquanto aquele visa a que a autoridade coatora deixe de praticar determinado ato contra toda uma coletividade. Para a recorrente, só haveria renúncia a esta via administrativa se ela própria tivesse ingressado com ação judicial discutindo o lançamento. Em favor do entendimento de que mandado de segurança coletivo não implica em concomitância, menciona o Recurso nº 139.335, julgado pela Terceira Câmara do Primeiro Conselho de Contribuintes em 07/07/2005 (Acórdão nº 103-22.030).

É o Relatório.



MF-SEGUNDO CONSELHO DE CONTRIBUINTE	
CONFERE COM O ORIGINAL	
Brasília,	08 / 05 / 08
	
Marilda Cursino de Oliveira	
Mat. Siape 91650	

MF-SEGUNDO CONSELHO DE CONTRIBUINTES CONFERE COM O ORIGINAL	
Brasília,	09, 05, 08
	
Marilda Cursino de Oliveira Mat. Slape 91650	

Voto

Conselheiro EMANUEL CARLOS DANTAS DE ASSIS, Relator

O Recurso Voluntário é tempestivo e atende aos demais requisitos previstos no Decreto nº 70.235/72.

Dele conheço, a despeito de o Mandado de Segurança Coletivo nº 2002.34.00.015024-9 (cuja apelação e remessa oficial foram providas pelo TRF da 1ª Região, conforme julgamento em 22/05/2007), porque essa ação mandamental foi impetrada apenas em maio de 2002, enquanto o Auto de Infração em questão foi lavrado 05/03/2001, tem data de ciência em 13/03/2001 (ver fl. 22) e trata dos períodos de apuração até 09/2000.

Assim, independentemente de o referido Mandado de Segurança Coletivo atingir ou não a recorrente e de sua identidade com o objeto da peça recursal, o certo é que a sentença que transitar em julgado não produzirá efeitos em relação ao Auto de Infração contestado, cujos fatores geradores, bem como a autuação, ocorreram antes do prazo decadencial previsto no art. 18 da Lei nº 1.533/1951.

Conhecendo do Recurso Voluntário, repiso o voto vencido na sessão de 15 de junho de 2004, nos termos do quais nego provimento ao apelo.


Para o deslinde da questão importa analisar, primeiro, a legislação afeta ao mercado de propaganda e publicidade, visando definir se os pagamentos efetuados pela recorrente aos veículos seriam meros repasses financeiros, ou seriam custos, como considerou a Fiscalização, e também para saber de que modo as agências de propaganda devem faturar os serviços por elas prestados; segundo, analisar as bases de cálculo do PIS, do IRPJ e do ISS, para saber se as legislações dos dois impostos podem ser aplicadas à contribuição; terceiro, as decisões administrativas citadas, que supostamente confirmariam os argumentos da recorrente.

A Lei nº 4.680/65, como sua ementa indica, dispõe “sobre o exercício da profissão de Publicitário e de Agenciador de Propaganda e dá outras providências.” Após definir que agenciadores são “os profissionais que, vinculados aos veículos da divulgação, a eles encaminham propaganda por conta de terceiros” (art. 2º), e que agência é a pessoa jurídica especializada em publicidade (art. 3º), estabelece no seu art. 11 que a comissão constitui a remuneração dos agenciadores, enquanto o desconto a remuneração das agências, sendo ambas fixadas pelos veículos de divulgação, sobre os preços estabelecidos em tabela destes.

A finalidade da referida Lei é regular as profissões de publicitário e agenciador de propaganda e não o mercado de propaganda e publicidade. Tanto assim que nos seus artigos finais determinou a sua fiscalização a cargo do antigo Departamento Nacional do Trabalho, enquanto sua regulamentação ficou para o Ministério do Trabalho. Além do mais, o meio da publicidade não funciona como prevê a lei, sendo comum as agências substituírem as pessoas físicas que exercem a atividade regulamentada de agenciador de propaganda.

Embora o artigo 17 da referida Lei nº 4.680/65 estabeleça que a atividade publicitária nacional será regida pelos princípios e normas do Código de Ética dos



MF-SEGUNDO CONSELHO DE CONTRIBUINTES CONFERE COM O ORIGINAL
Brasília, <u>09</u> / <u>05</u> / <u>08</u>
 Marilde Cursino de Oliveira Mat. Siape 91650

Profissionais da Propaganda, instituído em 1957, nem na Lei, nem no Código, há qualquer dispositivo de índole tributária, tampouco dispondo sobre os valores das faturas/notas fiscais a serem emitidas pelas agências ou pelos veículos de propaganda.

As disposições acerca do faturamento, mas não sobre os valores de faturas ou notas fiscais, repita-se, encontram-se no Decreto nº 4.680/65, que dispõe:

“Art 9º Nas relações entre a Agência e o cliente serão observados os seguintes princípios básicos.

(...)

IV - O Cliente comprometer-se-á a liquidar à vista, ou no prazo máximo de trinta (30) dias, as notas de honorários e de despesas apresentadas pela Agência.

(...)

*Art 15. O faturamento da divulgação será feito em nome do Anunciante, devendo o Veículo de Divulgação **remetê-lo** à Agência responsável pela propaganda.”* (Grifos nosso)

Os dois dispositivos acima precisam ser lidos em conjunto, impondo-se uma interpretação sistemática. Assim, percebe-se que a agência poderá cobrar os seus honorários e apresentar ao anunciante as despesas que realizar. Todavia, cada nota fiscal ou fatura deve ser emitida com o valor dos serviços que cada empresa realizar: a da agência com o valor dos seus diversos serviços, a do veículo com o valor da veiculação. Uma fatura englobando as outras, como no caso em tela, é prova de que quem emitiu pelo total contratou todos os serviços.


Por que o veículo deve remeter a sua fatura à agência de propaganda? Para que esta confira os serviços e apresente-a ao anunciante, demonstrando que a propaganda elaborada foi devidamente veiculada e que cada um (agência e veículo) possa receber a sua parte, a par das faturas emitidas, na forma dos contratos firmados.

A interpretação feita pela recorrente não se sustenta porque transforma simples apresentação da fatura do veículo, ao anunciante, numa suposta obrigatoriedade de emissão da sua fatura por valor irreal, que não refletiria as operações. Pretende fazer prevalecer sobre a legislação tributária e comercial dispositivos isolados da Lei nº 4.680/65 e do Decreto que a regulamenta, numa interpretação assaz desarrazoada que não encontra guarida nem ao menos na literalidade dos texto legal.

As agências de propaganda desenvolvem atividades complexas, sendo remunerada de diversas formas, tanto por parte dos veículos quanto pelos clientes-anunciantes. Neste sentido a própria recorrente informa que tal remuneração pode ser decomposta em três parcelas: honorários à base de 20%, cobrados dos veículos; honorários de no mínimo 15%, cobrados dos clientes-anunciantes; e honorários diversos, por serviços especiais, como pesquisas de mercado, promoção de vendas, relações públicas, etc.

Destarte, uma agência pode realizar os contratos mais diversos, tanto com os seus anunciantes quanto com os veículos, a depender de cada situação específica. O desconto a ser recebido dos veículos, de que fala o art. 11 da Lei nº 4.680/65, é apenas uma das formas



MF-SEGUNDO CONSELHO DE CONTRIBUÍNTES
CONFERE COM O ORIGINAL
Brasília, 09 / 05 / 08

Marilda Cursino de Oliveira
Mat. SIAPE 91650

possíveis de remuneração, constituindo-se na hipótese em que a agência é remunerada pelos veículos e não pelos anunciantes.

A hipótese dos autos é outra, pois a recorrente, ao emitir a nota fiscal/fatura pelo valor total dos serviços, deixa caracterizado um contrato em que é remunerada de forma global pelos anunciantes. Trata-se de um “pacote fechado”, nos quais dentre outros serviços encontra-se o de veiculação, a ser contratado junto a emissoras de televisão, rádios, editoras, etc. Daí os pagamentos aos veículos serem custos e não meros repasses financeiros.

Neste ponto cabe destacar que a fatura é o documento comprobatório de um serviço prestado ao seu destinatário por quem a emite, no valor da importância total nela consignada. É o que informa o art. 20 da Lei nº 5.474/68, cuja dicção é a seguinte:

“Art. 20. As empresas, individuais ou coletivas, fundações ou sociedades civis, que se dediquem à prestação de serviços, poderão, também, na forma desta lei, emitir fatura e duplicata.

§ 1º A fatura deverá discriminar a natureza dos serviços prestados.

§ 2º A soma a pagar em dinheiro corresponderá ao preço dos serviços prestados.” (destaque nosso)

Interpretando o artigo acima, Rubens Requião informa que “a fatura discriminará a natureza do serviço prestado, e a soma a pagar corresponderá ao seu valor.”¹ Valor este que corresponde a receita auferida pela recorrente, embora parte dela seja destinada aos veículos de propaganda.

Ressalte-se que após emitida a fatura o prestador dos serviços poderá acompanhá-la de duplicata, que como se sabe é título executivo extrajudicial. Ou seja, a recorrente torna-se titular do direito de crédito junto ao anunciante, no valor da fatura emitida.

No caso dos autos, em que os veículos também emitem notas fiscais contra os anunciantes, de forma que a soma dos documentos comerciais resulta num valor superior à soma dos serviços, o procedimento não está correto. Os veículos deveriam faturar em nome da recorrente. Da forma como está há duplicidade de valores faturados contra o anunciante.

De todo modo, e apesar da incorreção, o fato de a recorrente ter em seu poder vias de notas fiscais emitidas por terceiros contra o seu credor, o anunciante, não lhe permite deduzir tais valores da sua receita bruta. Até porque é certo que o PIS também incidirá sobre os valores faturados pelos veículos, em face da sua incidência em cascata ou *bis in idem* (*bis* - repetição; *in idem* - sobre o mesmo).

Passa-se agora à análise da base de cálculo do PIS, que no período é o faturamento ou receita bruta, na forma das Leis nºs 9.715/98 e 9.718/98, sendo despidendo analisar as alterações promovidas por esta última. Do total das receitas auferidas, relativas a vendas de mercadorias e prestação de serviços, não são deduzidos os custos ou despesas, ainda que o resultado implique em prejuízo. Daí não se aplicar ao PIS nem à Cofins o conceito contábil de receita como acréscimo patrimonial, não havendo nisto qualquer ofensa ao art. 110 do CTN. Neste sentido o pronunciamento do STF na Ação Declaratória de Constitucionalidade

¹ *In Curso de Direito Comercial*, São Paulo, Saraiva, 2º vol., p. 461



1.º SEGUNDO CONSELHO DE CONTRIBUINTES
CONFERE COM O ORIGINAL

Brasília, 09 / 05 / 08

elk
Marilda Cursino de Oliveira
Mat. Siape 91650

nº 1, mais precisamente no voto do relator, Min. Moreira Alves, ao acentuar a conceituação de faturamento para fins tributários, nos termos da LC nº 70/91.

Também não tem qualquer importância a contabilidade, não alterando a base de cálculo do PIS a apropriação dos valores recebidos dos anunciantes, na parte destinada aos veículos, em conta do passivo. Como obrigações também podem ser apropriados outros custos e despesas, sem qualquer influência no cálculo do PIS. Neste sentido a Lei nº 9.718/98 veio explicitar, no seu art. 3º, § 1º, que “*Entende-se por receita bruta a totalidade das receitas auferidas pela pessoa jurídica, sendo irrelevantes o tipo de atividade por ela exercida e a classificação contábil adotada para as receitas.*”

As deduções possíveis na base de cálculo do PIS são somente aquelas elencadas expressamente em lei, a depender das especificidades de cada atividade. Assim acontece, por exemplo, com as sociedades cooperativas, as instituições financeiras e as operadoras de planos de saúde, mas não com a atividade de propaganda e publicidade, sujeitas às mesmas regras das outras prestadoras de serviços.

No IRPJ, bem diferente do PIS e da Cofins, a base de cálculo é a renda ou resultado do período, podendo ser deduzidos das receitas os custos e as despesas incorridos. Por isto é que a legislação do IRPJ prevê que a retenção desse imposto, na atividade de agência de propaganda, se dê sobre o valor líquido, após a dedução dos pagamentos aos veículos.

Quanto à IN Conjunta SRF/STN/SFC nº 04/97, cujo art. 13 é citado no Recurso, determina que a retenção se dê sobre o valor de cada nota fiscal, não podendo ser aplicada como pretende a recorrente. Observe-se:

“Art. 13. Nos pagamentos de serviços de propaganda e publicidade, quando efetuados por intermédio de agência de propaganda, a retenção será efetuada em relação a esta e a cada uma das demais pessoas jurídicas prestadoras do serviço, pelo valor das respectivas notas fiscais de sua emissão.


(...)

§ 3º O valor do imposto e das contribuições retido será compensado pela empresa emitente da nota fiscal, na proporção de suas receitas, devendo o comprovante de retenção ser fornecido em seu nome.”

O ISS, por sua vez, é tributo cuja base de cálculo pode variar de um Município para outro, no âmbito de suas competências tributárias. Dessarte, sua legislação, assim como a do IRPJ, não podem ser aplicadas ao PIS, como já assentado na decisão de primeira instância.

Adentra-se agora no terceiro e último ponto desta análise, cabendo afirmar que, do mesmo modo como a legislação do IRPJ não pode ser aplicada ao PIS, também assim acontece com as decisões administrativas citadas no Recurso, quase todas relativas a esse imposto ou a CSLL, que lhe segue. Apenas Solução de Consulta da SRRF da 7ª Região Fiscal nº 350/98 e o Acórdão nº 201-73.944 é que dizem respeito à contribuição.

Esta Solução de Consulta da SRRF da 7ª Região Fiscal nº 350/98 informa que as agências de turismo podem excluir das bases de cálculo do PIS e da Cofins os valores repassados às empresas de transportes aéreos, relativamente às vendas de passagens. Trata-se de vendas em consignação, que não é o caso das agências de propaganda.

CONF-SEGUNDO CONSELHO DE CONTRIBUINTES
CONFERE COM O ORIGINAL
Brasília, 09 / 05 / 08

Marilce Cursino de Oliveira
Mat. SIAPE 91650

CC02/C03
Fls. 339

Quanto ao Acórdão nº 201-73.944, invocado sob o argumento de que cabe à fiscalização comprovar que os valores arrecadados por ordem dos veículos de propaganda se constituem em receita por ela auferida, trata da Cofins em situação distinta da dos autos e que serve, inclusive, para demonstrar a diversidade dos contratos no ramo da publicidade.

Conforme o relatório daquele julgado, ali o preço total do serviço publicitário, incluindo a veiculação, é contratado diretamente entre o cliente anunciante e a agência, havendo duas formas de pagamento. No chamado “desconto” o veículo recebe diretamente do anunciante oitenta por cento do total, emitindo nota fiscal nesse valor, enquanto a agência recebe também do anunciante o restante, faturando o equivalente a vinte por cento. Já na chamada “comissão” a situação é semelhante à destes autos, com o veículo no lugar da agência.

Na primeira situação não há dúvida quanto à tributação, até porque os valores e faturas são independentes. Na segunda, todavia, o veículo fatura pelo total e emite a duplicata correspondente, cobrando o total mas considerando não tributável a parcela que repassará para a agência, a título de comissão. O ilustre relator, Conselheiro Jorge Freire fundamenta-se em julgamento anterior - Recurso nº 109.019 -, quando ficou assentado que o valor referente ao repasse de verbas de empresas consorciadas, para empresa responsável pela administração de obra a cargo daquelas, não constituía faturamento a ensejar a incidência da norma impositiva. Não aplicaria o mesmo fundamento, pelo que chego a conclusão diferente.

Tanto no julgado mais antigo, relativo a obra subcontratada, quanto no Acórdão nº 201-73.944, em que o veículo de divulgação fatura e recebe pelo total dos serviços, para efeito de base de cálculo do PIS deve ser tomada a soma dos valores faturados por cada empresa. É vedado o abatimento em virtude de subcontratos e também o decorrente de repasses dos veículos de propaganda às agências.

De igual modo neste julgado, em que a emissão de faturas/notas fiscais pelo total, por parte da recorrente, caracteriza a remuneração global a cargo dos anunciantes.

A referendar a interpretação ora adotada, cabe mencionar que esta Terceira Câmara, por unanimidade de votos, já decidiu conforme a ementa seguinte:

“Contribuição para o PIS/Pasep

Período de apuração: 30/04/1997 a 30/04/2000

Ementa: PIS/PASEP. FALTA DE RECOLHIMENTO. EMPRESA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA. EXCLUSÃO DA BASE DE CÁLCULO DE VALORES REPASSADOS A TERCEIROS. DESCABIMENTO. Inexistia dispositivo legal à época dos fatos autorizando a exclusão da base de cálculo dos valores que, computados como receita de prestação de serviços, ou integrantes do faturamento, foram destinados a terceiros (veículos de comunicação) para fazer frente aos custos com a divulgação de propaganda.”(Acórdão nº 203-12.093, Recurso nº 129.059, sessão de 24/05/2007, relator Odassi Guerzoni Filho, unânime, sendo que na mesma sessão foi julgado o processo da Cofins, com idêntico resultado - Acórdão nº 203-12.094, Recurso nº 129.130)



Por fim, destaco que não caberia cogitar aqui da aplicação do art. 13 da Lei nº 10.925/2004, publicada em 26/07/2004, segundo o qual “O disposto no parágrafo único do art. 53 da Lei nº 7.450, de 23 de dezembro de 1985, aplica-se na determinação da base de cálculo da contribuição para o PIS/PASEP e da COFINS das agências de publicidade e propaganda, sendo vedado o aproveitamento do crédito em relação às parcelas excluídas.” O art. 53 da Lei nº 7.450/85 trata de casos nos quais há incidência de imposto na fonte sobre alguns serviços prestados, inclusive o de propaganda, sendo que o seu parágrafo único exclui de tal retenção os valores por serviços de propaganda e publicidade, pagos diretamente ou repassados a empresas de rádio, televisão, jornais e revistas.

A Lei nº 10.925/2004 introduziu norma nova relativa ao PIS e à Cofins, já sob a égide da não-cumulatividade, sendo impertinente qualquer retroatividade na sua eficácia.

Pelo exposto, nego provimento ao Recurso.

Sala das Sessões, em 12 de março de 2008.


EMANUEL CARLOS DANTAS DE ASSIS

