ACÓRDÃO GERADO NO PGD-CARF PROCESSO 10880.009280/2001-04

CÓPIA

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

Processo nº	10880.009280/2001-04
Recurso nº	120.448 Especial do Contribuinte
Acórdão nº	**9303-002.996 – 3ª Turma**
Sessão de	03 de junho de 2014
Matéria	COFINS
Recorrente	STANDARD OGILVY E MATHER LTDA.
Interessado	FAZENDA NACIONAL

ASSUNTO: NORMAS GERAIS DE DIREITO TRIBUTÁRIO

Período de apuração: 01/01/1988 a 30/04/1990

COFINS. AGÊNCIA DE PROPAGANDA. BASE DE CÁLCULO. RECEITAS DOS VEÍCULOS.

Não integram a base de cálculo da COFINS das agências de propaganda os valores relativos aos serviços de divulgação prestados pelos veículos de divulgação, nos termos da legislação própria do setor de publicidade (Lei nº 4.680/65e Decreto nº 57.690/66) e das provas coligidas aos autos.

PIS. BASE DE CÁLCULO. INCONSTITUCIONALIDADE DO § 1º DO ARTIGO 3º DA LEI Nº 9.718/98. DECISÃO DEFINITIVA DO PLENÁRIO DO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL.

O Supremo Tribunal Federal, através do seu órgão plenário, já se posicionou de forma definitiva quanto à inconstitucionalidade do disposto no § 1º do artigo 3º da Lei nº 9.718/98, com a reafirmação da sua jurisprudência, no julgamento do RE nº 582.235/MG, reconhecido como de repercussão geral, tendo se deliberado, ainda, neste caso, pela edição de súmula vinculante.

APLICAÇÃO DO DISPOSTO NO PARÁGRAFO ÚNICO DO ARTIGO 4º DO DECRETO Nº 2.346/1997 E DO ARTIGO 62 DO RICARF.

Nos termos do parágrafo único do artigo 4º do Decreto nº 2.346/1997, *na hipótese de crédito tributário, quando houver impugnação ou recurso ainda não definitivamente julgado contra a sua constituição, devem os órgãos julgadores, singulares ou coletivos, da Administração Fazendária, afastar a aplicação da lei, tratado ou ato normativo federal, declarado inconstitucional pelo Supremo Tribunal Federal*.

Recurso Especial do Contribuinte Provido

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos.

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001
Autenticado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por MARCOS AURELIO PEREIRA VALADAO
Impresso em 30/10/2014 por RECEITA FEDERAL - PARA USO DO SISTEMA

Acordam os membros do colegiado, por maioria de votos, dar provimento ao recurso especial. Vencidos os Conselheiros Joel Miyazaki, Ricardo Paulo Rosa e Marcos Aurélio Pereira Valadão, que negavam provimento. O Conselheiro Júlio César Alves Ramos votou pelas conclusões. Fez sustentação oral o Dr. Luiz Carlos de Andrade Júnior, OAB/SP n° 258.521, advogado do sujeito passivo.

CÓPIA

Marcos Aurélio Pereira Valadão – Presidente Substituto

Rodrigo Cardozo Miranda - Relator

Participaram do presente julgamento os Conselheiros Júlio César Alves Ramos, Nanci Gama, Rodrigo da Costa Pôssas, Rodrigo Cardozo Miranda, Joel Miyazaki, Francisco Mauricio Rabelo de Albuquerque Silva, Ricardo Paulo Rosa (Substituto convocado), Fabiola Cassiano Keramidas (Substituta convocada), Maria Teresa Martinez López e Marcos Aurélio Pereira Valadão (Presidente Substituto). Ausentes, justificadamente, o Conselheiro Henrique Pinheiro Torres, a teor do Memo. PRES/CARF S/N°, de 27 de maio de 2014, e o Conselheiro Otacilio Dantas Cartaxo (Presidente).

Relatório

Cuida-se de recurso especial por interposto pela STANDARD OGILVY E MATHER LTDA. (fls. 686 a 712) contra o v. acórdão proferido pela Colenda Terceira Câmara do Segundo Conselho de Contribuintes (fls. 620 a 629) que, pelo voto de qualidade, negou provimento ao recurso voluntário.

A ementa do v. acórdão ora recorrido é a seguinte:

> *COFINS — AGÊNCIA DE PROPAGANDA — As importâncias recebidas pela Agência de Propaganda e devidas pelos anunciantes aos veículos de divulgação integram a base de cálculo da contribuição.*
>
> *Recurso a que se nega provimento.*

A matéria controvertida nos presentes autos diz respeito, em síntese, à incidência da COFINS sobre as importâncias faturadas pela agência de propaganda e devidas pelos anunciantes aos veículos de divulgação. A fiscalização entendeu que tais valores, constantes de nota fiscal emitida pela agência de publicidade, seriam receita própria, enquanto o contribuinte assevera que a agência faz o mero repasse dos valores pagos pelo anunciante ao veículo.

A propósito, a questão foi tratada da seguinte forma no auto de infração, mais especificamente no seu Termo de Constatação Fiscal (fls. 357 a 359), *verbis*:

> *Em decorrência da ação fiscal efetuada na empresa, através da FM — 2000- 00.566-8 , relativamente a IRPJ/98 , verificou-se*

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001
Autenticado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por MARCOS AURELIO PEREIRA VALADAO
Impresso em 30/10/2014 por RECEITA FEDERAL - PARA USO DO SISTEMA

que o valor declarado e contabilizado como receita, não corresponde ao valor faturado pela empresa. As ***faturas*** *emitidas têm seu valor total composto pelo* ***custo interno, que corresponde à comissão da agência, sobre o qual é recolhido o IRF****, conforme premissa legal do art 667, inciso II, parágrafos 1° e 2 do RIR194* ***e pelo custo externo, que corresponde ao valor do serviço de veiculação, prestados pelos veículos de comunicação, denominados "fornecedores"****, fato ilustrado através de cópias anexas de Notas Fiscais/ Faturas emitidas pela empresa, às fls.*

Constatou-se que a empresa utiliza-se da metodologia contábil abaixo relatada :

- "Na emissão da Fatura, debita o valor na conta "Clientes a Receber", e em contra partida, credita o valor referente à comissão da agência, na conta de Receita e o restante do valor da fatura , referente às inserções contratadas junto aos veículos de comunicação é creditado na conta "Fornecedores" ;"

Através da utilização desse método de contabilização a empresa deixa de reconhecer o total faturado como receita, pois parte desse faturamento (relativa aos veículos de comunicação) é creditada na conta Fornecedores, sem transitar pelas contas de resultado, sendo que somente a parte relativa à comissão é creditada em conta de receita. Por ocasião do pagamento aos meios de comunicação é feito o lançamento de débito na conta Fornecedores e crédito na conta Bancos c/ Movimento.

Salientamos que dessa forma ***a empresa deixa de registrar como receita própria os valores integrais faturados e recebidos dos clientes, considerando como receita. apenas a comissão recebida de seus clientes e as bonificações dos meios de comunicação****.*

Tal sistemática *não prejudica a apuração do Imposto de Renda, entretanto,* ***deixa de computar como receita própria o valor recebido de seus clientes, apesar de discriminar o valor total nas faturas emitidas pela empresa, reduzindo, dessa forma, a base de cálculo da COFINS, ensejando a constituição do respectivo crédito tributário.***

Como regra geral, a ***base de cálculo****, sobre a qual incidirá a alíquota da COFINS é composta do* ***faturamento*** ***mensal****,* ***correspondente à receita bruta da pessoa jurídica, compreendida pela totalidade dos valores por ela faturados mensalmente, sendo irrelevante o tipo de atividade por ela exercida e a classificação contábil adotada para o registro do valor faturado****.*

Ressaltamos ainda, que a legislação de regência, Lei Complementar 70/91, não prevê qualquer exclusão da base de cálculo da COFINS a título de "custo externo" uma vez que o total faturado deve constar de sua base de cálculo*, salvo as exclusões expressamente previstas no artigo 2°, parágrafo único da mencionada LC 70/91, in verbis":*

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001
Autenticado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por MARCOS AURELIO PEREIRA VALADAO
Impresso em 30/10/2014 por RECEITA FEDERAL - PARA USO DO SISTEMA

" Art 2° - A contribuição de que trata o artigo anterior será de dois por cento e incidirá sobre o faturamento mensal, assim considerado a receita bruta das vendas de mercadorias e serviços de qualquer natureza.

Parágrafo único - Não integra a receita de que trata este artigo, para efeito de determinação da base de cálculo da contribuição, o valor :

a) do imposto sobre produtos industrializados, quando destacados em separado no documento fiscal;

b) das vendas canceladas, das devolvidas e dos descontos a qualquer título concedidos incondicionalmente."

DA BASE LEGAL E DA BASE DE CÁLCULO

O inciso II, do artigo. 149 do CTN , determina que o lançamento é efetivado e revisto de oficio pela autoridade administrativa quando a declaração não seja prestada por quem de direito, no prazo e na forma da legislação tributária.

Dessa feita, considerando a legislação regente - Lei Complementar 70/91, conclui-se que a base de cálculo da COFINS deve ser o valor total faturado e não os valores declarados pelo contribuinte *nos Demonstrativos - Anexo 4 , referente ao período compreendido entre 1996 a setembro de 2000, anexos às 11533,5 41,36)*

(...)

O crédito aqui constituído é procedido com base no quanto disposto na Lei Complementar 70, de 30 de setembro de 1991, Arts. 2°, 3° e 8 ° da Lei n. 9.718/98*, com as alterações da Medida Provisória n. 1807/99 e suas reedições, com alterações da Medida Provisória n. 1858/99 e suas reedições.* (grifos e destaques nossos)

O referido auto de infração foi mantido em primeira instância pela Colenda DRJ de Curitiba - PR (fls. 505 a 516), sendo que, após a interposição de recurso voluntário (fls. 528 a 567), a Colenda Terceira Câmara do Segundo Conselho de Contribuintes, conforme já informado acima, a ele negou provimento pelo voto de qualidade (fls. 620 a 629).

A Colenda Câmara *a quo*, em síntese, manteve o lançamento na esteira do voto proferido pelo Ilustre redator do voto vencedor, Conselheiro Valmar Fonsêca de Menezes, cujos principais fundamentos são os seguintes, *verbis*:

(...)

A questão cinge-se, pois, em se analisar se os valores pagos pelos clientes da recorrente referentes à utilização do espaço publicitário nos meios de comunicação se constituem ou não em faturamento da autuada.

Da própria exposição feita pela recorrente, ***concluímos*** *que:*

• As notas fiscais emitidas pela recorrente incluem, de fato, os referidos valores*;*

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001
Autenticado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por MARCOS AURELIO PEREIRA VALADAO
Impresso em 30/10/2014 por RECEITA FEDERAL - PARA USO DO SISTEMA

• O contrato existente de prestação de serviços é celebrado entre a autuada e o seus clientes*;*

• Não consta dos autos nenhum outro documento que estabeleça que a autuada apenas age em nome do titular do espaço publicitário que é vendido, como também não há nenhum contrato entre este e o cliente da recorrente;

• O vendedor do espaço publicitário não pode cobrar do cliente da recorrente nenhum valor, visto que a sua relação comercial é com a autuada, do mesmo modo que o cliente da recorrente não poderá reclamar, eventualmente, os serviços prestados a este*; e*

• Por fim, ***o responsável pelos serviços a serem prestados é a autuada, não havendo nenhum vínculo entre o seu cliente e o vendedor do espaço;*** *em contrapartida, como não poderia ser diferente, em uma relação comercial de compra e venda, apenas a esta se confere o direito de exigir o pagamento do preço acertado pela efetiva prestação dos serviços prestados; somente a este, portanto, caberia promover, se fosse o caso e apenas para exemplificar, uma possível execução pela não quitação de eventuais serviços prestados.*

A Legislação específica, no caso a Lei n° 5.474/68, esclarece de forma inequívoca se o valor contido na nota fiscal emitida corresponde à receita da pessoa jurídica:

> *"LEI 5474 DE 18/07/1968 - DOU 19/07/1968*
>
> *Dispõe sobre as Duplicatas e dá outras Providências.*
>
> *CAPÍTULO VII - Das Duplicatas de Prestação de Serviços (artigos 20 a 22)*
>
> *(.)*
>
> *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.*
>
> *§ 1° A fatura deverá discriminar a natureza dos serviços prestados.*
>
> *§ 2° A soma a pagar em dinheiro corresponderá ao preço dos serviços prestados.*
>
> *§ 3° Aplicam-se à fatura e à duplicata ou triplicata de prestação de serviços, com as adaptações cabíveis, as disposições referentes à fatura e à duplicata ou triplicata de venda mercantil, constituindo documento hábil, para transcrição do instrumento de protesto, qualquer documento que comprove a efetiva prestação dos serviços e o vínculo contratual que a autorizou.*

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001
Autenticado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por MARCOS AURELIO PEREIRA VALADAO
Impresso em 30/10/2014 por RECEITA FEDERAL - PARA USO DO SISTEMA

** § 3º acrescentado pelo Decreto-lei n°436, de 27 de janeiro de 1969.*

(.)"

***A única forma, na minha avaliação, que a autuada teria para não se submeter à tributação da contribuição com referência a estas parcelas, se assim o desejasse, <u>seria a celebração de contratos independentes entre o seu cliente — por parte dos seus serviços — e entre o seu cliente e o vendedor do espaço publicitário, com relação à cessão daquele espaço ao anunciante</u>. Neste caso, estariam separadas as responsabilidades, as prestações de serviços, as receitas de cada empresa, e, conseqüentemente, a tributação da contribuição**.*

<u>Isto seria uma atitude perfeitamente possível e não vedada pelo ordenamento jurídico.</u>

Os dispositivos legais citados pela recorrente (Lei n° 4.680/65, Decretos 57690/66 e 2262/97, bem como a Instrução Normativa n° 04/97) não amparam, sob o meu ponto de vista, a exclusão das parcelas estudadas.

O que, ao contrário, é vedado pela Legislação em vigor, e foge à competência deste Conselho, é exonerar determinado contribuinte de contribuição devidamente estabelecida em Lei, cobrada mediante atividade administrativa plenamente vinculada, nos termos do artigo 142 do Código Tributário Nacional, sem qualquer amparo legal, por interpretações do que seja ou não receita, esquecendo-se de que toda a Legislação Tributária está atrelada à Contabilidade, e aos seus princípios.

Por fim, se há algum desencontro entre as determinações do Código de Ética das Agências de Propaganda e o Código Tributário Nacional, entendo prevalecer o Código Tributário Nacional, que estabelece a vinculação da atividade administrativa do lançamento à Lei."

Pelo exposto, e nos mesmos termos do voto transcrito, sem nenhuma dúvida, nego provimento ao recurso.

(grifos e destaques nossos)

Irresignada, a contribuinte interpôs o já referido recurso especial requerendo a reforma do v. acórdão recorrido, aduzindo, em suma, com base em divergência jurisprudencial, o seguinte, *verbis*:

(i) o relacionamento jurídico entre Anunciantes, Agências de Propaganda e Veículos de Divulgação é disciplinado por legislação específica, a saber, Lei n° 4.680/65, Decretos n°s. 57.690/66 e 2.262/97 e Código de Ética das Agências de Propaganda;

(ii) a legislação específica do mercado publicitário é vinculante e de ordem pública, sendo, portanto, de observância obrigatória tanto para os agentes desse segmento da economia, quanto para o próprio Estado;

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001
Autenticado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por MARCOS AURELIO PEREIRA VALADAO
Impresso em 30/10/2014 por RECEITA FEDERAL - PARA USO DO SISTEMA

(iii) as Agências de Propaganda têm por atividade típica desenvolver campanhas publicitárias e intermediar a relação entre Anunciantes e Veículos de Divulgação, distribuindo o material de propaganda por conta e ordem dos Anunciantes;

(iv) na prestação do serviço de veiculação de propaganda, o vínculo jurídico formado ocorre exclusivamente entre Anunciante e Veículo de Divulgação, por força de lei;

(v) as Agências de Propaganda são obrigadas a consolidar a cobrança dos seus serviços (comissão da agência — custo interno) e dos serviços prestados pelos Veículos de Divulgação (veiculação de propaganda — custo externo), nos termos do art. 17 da Lei n° 4.680/65, art. 15 do Decreto n° 57.690/66, item 14 do Código de Ética e da jurisprudência judicial;

(vi) a base de cálculo da COFINS é constituída pelo faturamento, assim considerada a receita bruta das vendas de mercadorias, de mercadorias e serviços e de serviço de qualquer natureza (art. 2° da LC n° 70/91) ou a totalidade das receitas auferidas pela pessoa jurídica (art. 3° da Lei n° 9.718/99);

(vii) "receita", para fins tributários, deve constituir um conceito jurídico revelador de um direito novo que se agrega definitivamente ao patrimônio líquido da entidade e que não se confunde com o aumento de capital social praticado pelos sócios e nem está vinculado diretamente a uma obrigação;

(viii) em virtude das relações jurídicas formadas entre Anunciante e Veículo de Divulgação, o fato da Agência de Propaganda apenas arrecadar e repassar o valor relativo aos serviços de veiculação não tem o condão de qualificar essa verba como receita própria da Agência. Conseqüentemente, a exigência de COFINS sobre essa parcela mostra-se improcedente;

(ix) pretender exigir o recolhimento da COFINS sobre o valor relativo aos serviços de veiculação afronta os artigos 109 e 110 do CTN;

(x) a arrecadação e o repasse do valor relativo aos serviços de veiculação constituem, para a Agência/Recorrente, caso de não incidência da COFINS, fato esse inclusive reconhecido na legislação de outros tributos que oneram a receita (IRFON e ISS);

(xi) o art. 20, § 2° da Lei n° 5.474/68 (na emissão de duplicata ou fatura, "a soma a pagar em dinheiro corresponderá ao preço dos serviços prestados") não pode ser aplicado ao presente caso para justificar isoladamente a incidência de COFINS por (a) constituir presunção não autorizada no Direito Tributário, (b) por desrespeitar o art. 2°, § 2° da Lei de Introdução ao Código Civil e (c) por contrariar a jurisprudência judicial pacífica;

(xii) a exigência fiscal contida no Auto de Infração viola o Princípio do Devido Processo Legal por inverter indevidamente

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001
Autenticado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por MARCOS AURELIO PEREIRA VALADAO
Impresso em 30/10/2014 por RECEITA FEDERAL - PARA USO DO SISTEMA

o ônus da prova, conforme jurisprudência administrativa dominante;

(xiii) existem manifestações da própria Administração Tributária, em processos de consulta, considerando que o valor dos serviços repassados a terceiros não compõe a base de cálculo do PIS/C0F1NS;

(xiv) a jurisprudência do Primeiro e do Segundo Conselhos de Contribuintes (Acórdãos n's 201-77.363, 103-20.418 e 103-04.851) também consideraram ilegítima a cobrança de tributos, inclusive PIS/COF1NS, sobre o valor dos serviços de veiculação que é arrecadado pela Agência/Recorrente e repassado integralmente aos Veículos de Divulgação;

(xv) existe sentença favorável proferida nos autos do Mandado de Segurança Coletivo n° 2002.34.00.015024-9, impetrado pela ABAP e FENAPRO, em trâmite perante a Justiça Federal do Distrito Federal.

O recurso especial foi admitido através do r. despacho de fls. 808 a 810.

Contrarrazões da Fazenda Nacional às fls. 812 a 817.

É o relatório.

Voto

Conselheiro Rodrigo Cardozo Miranda, Relator

Presentes os requisitos de admissibilidade, entendo que o recurso especial do contribuinte merece ser conhecido.

Com efeito, restou comprovada a divergência jurisprudencial, na medida em que, (i) enquanto no v. acórdão recorrido asseverou-se que as importâncias recebidas pelas agências de propaganda e devidas pelos anunciantes aos veículos de divulgação integram a base de cálculo da contribuição, (ii) nos paradigmas apontou-se que as importâncias recebidas pelas agências de propaganda e devidas pelos anunciantes aos veículos de divulgação não integram a receita bruta dessas agências.

Mais especificamente, e aqui me parece ser a principal *quaestio júris* no presente caso, no v. acórdão recorrido considerou-se que os valores pagos pelos anunciantes ao veículo, por constarem da nota fiscal emitida pela agência, constituem receita da agência de propaganda, receita própria. Nos paradigmas, por outro lado, entendeu-se que tais ingressos são, na verdade, receitas dos veículos, e não receitas das agências, e, por conseguinte, não podem ser tributados nas agências de propaganda.

Isso é de fundamental importância para se dirimir a presente controvérsia.

Nesse sentido, entendo que os paradigmas cuidaram da questão na sua inteireza, analisando a legislação específica do setor de publicidade e fazendo o cotejo dessa realidade legal com as provas carreadas aos autos, razão pela qual concordo com a sua conclusão, qual seja, que os valores recebidos pelas agências de propaganda e devidos pelos

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001
Autenticado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por MARCOS AURELIO PEREIRA VALADAO
Impresso em 30/10/2014 por RECEITA FEDERAL - PARA USO DO SISTEMA

anunciantes aos veículos de divulgação não integram a receita dessas agências. Assim, entendo que tais valores não podem ser tributados pela COFINS nas agências de propaganda.

No entanto, antes de entrar efetivamente nas razões do meu voto, entendo que se faz importante delimitar as balizas legislativas da presente questão.

CÓPIA

Com efeito, consoante se verifica no auto de infração, e mais especificamente no seu Termo de Constatação Fiscal (fls. 357 a 359), transcrito no relatório acima, o crédito tributário foi constituído com base no disposto na Lei Complementar nº 70/1991 e nos artigos 2°, 3° e 8° da Lei nº 9.718/98.

Ainda que não seja determinante na solução da presente controvérsia, e que isso já tenha sido posto ao longo do processo, inclusive pelo próprio contribuinte, mister lembrar que o § 1º do artigo 3º da Lei nº 9.718/98, foi declarado inconstitucional pelo Supremo Tribunal Federal.

É certo que tal proclamação se deu em sede de controle difuso de constitucionalidade, o que limita a eficácia da decisão às partes do litígio. É de se notar, todavia, que este entendimento já foi objeto de decisões reiteradas pela Excelsa Corte, tendo sido, inclusive, cristalizado de forma definitiva pelo seu órgão plenário, com a reafirmação da jurisprudência no julgamento do RE nº 582.235/MG, reconhecido como de repercussão geral, tendo se deliberado, ainda, pela edição de súmula vinculante:

> ***Decisão:*** *O Tribunal, por unanimidade, resolveu questão de ordem no sentido de* ***reconhecer a repercussão geral da questão constitucional, reafirmar a jurisprudência do Tribunal acerca da inconstitucionalidade do § 1º do artigo 3º da Lei 9.718/98 e negar provimento ao recurso da Fazenda Nacional****, tudo nos termos do voto do Relator. Vencido, parcialmente, o Senhor Ministro Marco Aurélio, que entendia ser necessária a inclusão do processo em pauta****. Em seguida, o Tribunal, por maioria, aprovou proposta do Relator para edição de súmula vinculante sobre o tema, e cujo teor será deliberado nas próximas sessões****, vencido o Senhor Ministro Marco Aurélio, que reconhecia a necessidade de encaminhamento da proposta à Comissão de Jurisprudência. Votou o Presidente, Ministro Gilmar Mendes. Ausentes, justificadamente, o Senhor Ministro Celso de Mello, a Senhora Ministra Ellen Gracie e, neste julgamento, o Senhor Ministro Joaquim Barbosa. Plenário, 10.09.2008.* (grifos e destaques nossos)

Aplicável à espécie, portanto, não só o artigo 62-A do Regimento Interno do CARF, mas também o disposto no parágrafo único do artigo 4º do Decreto nº 2.346/1997, que assim reza:

> *Art. 4° Ficam o Secretário da Receita Federal e o Procurador-Geral da Fazenda Nacional, relativamente aos créditos tributários, autorizados a determinar, no âmbito de suas competências e com base em decisão definitiva do Supremo Tribunal Federal que declare a inconstitucionalidade de lei, tratado ou ato normativo, que:*

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001
Autenticado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por MARCOS AURELIO PEREIRA VALADAO
Impresso em 30/10/2014 por RECEITA FEDERAL - PARA USO DO SISTEMA

> *1- não sejam constituídos ou que sejam retificados ou cancelados;*
>
> *II - não sejam efetivadas inscrições de débitos em divida ativa da União;*
>
> *III - sejam revistos os valores já inscritos, para retificação ou cancelamento , da respectiva inscrição;*
>
> *IV - sejam formuladas desistências de ações de execução fiscal.*
>
> ***Parágrafo único. Na hipótese de crédito tributário, quando houver impugnação ou recurso ainda não definitivamente julgado contra a sua constituição, devem os órgãos julgadores, singulares ou coletivos, da Administração Fazendária, afastar a aplicação da lei, tratado ou ato normativo federal, declarado inconstitucional pelo Supremo Tribunal Federal.***

CÓPIA

Verifica-se, portanto, que a referida decisão do Egrégio Supremo Tribunal Federal, proferida em sede de repercussão geral, também deve ser reproduzida pelos conselheiros no julgamento dos recursos no âmbito do CARF.

Vale reforçar, por último, que a Excelsa Corte reafirmou a sua jurisprudência acerca da inconstitucionalidade do § 1º do artigo 3º da Lei 9.718/98, determinando, ainda, a edição de súmula vinculante.

Agora, voltando à questão principal, me parece que o principal ponto a ser dirimido é saber se os valores constantes das notas fiscais da agência de propaganda constituem ou não sua receita para fins de incidência da COFINS.

Nesse sentido, reitero que, ao meu ver, os paradigmas colacionados no recurso especial cuidaram da questão na sua inteireza, analisando a legislação específica do setor de publicidade e fazendo o cotejo dessa realidade legal com as provas carreadas aos presentes autos, razão pela qual concordo com a sua conclusão, qual seja, que os valores recebidos pelas agências de propaganda e devidos pelos anunciantes aos veículos de divulgação não integram a receita dessas agências.

Assim, entendo que tais valores não podem ser tributados pela COFINS nas agências de propaganda.

Especificamente quanto aos fundamentos do v. acórdão recorrido, expostos no voto condutor do Ilustre Conselheiro Valmar Fonsêca de Menezes (e que seguem abaixo negritadas), entendo, com todas as vênias, que eles não devem ser acolhidos pelos seguintes motivos (nos textos seguintes ao negritado):

• As notas fiscais emitidas pela recorrente incluem, de fato, os referidos valores;

Sem dúvida, tais notas fiscais incluem os valores globais, mas é de se destacar que referidas notas fiscais foram enviadas aos anunciantes em conjunto com notas fiscais dos próprios veículos, além de documentos referentes à inserção da propaganda, que, portanto, fazem um conjunto documental que deve ser analisado no seu todo.

• O contrato existente de prestação de serviços é celebrado entre a autuada e o seus clientes;

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001
Autenticado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por MARCOS AURELIO PEREIRA VALADAO
Impresso em 30/10/2014 por RECEITA FEDERAL - PARA USO DO SISTEMA

Aqui nesse ponto o v. acórdão incorreu em equívoco, haja vista que também existe relação jurídica entre os seus clientes, anunciantes, e os veículos, representados não só pelas notas fiscais dos próprios veículos, mas também por boletos de cobrança dos veículos contra os anunciantes, e da previsão na legislação própria de que o faturamento do veículo será feito em nome do anunciante, devendo o veículo de divulgação remetê-lo à agência responsável pela propaganda (artigo 15 do Decreto nº 57.690/66).

• Não consta dos autos nenhum outro documento que estabeleça que a autuada apenas age em nome do titular do espaço publicitário que é vendido, como também não há nenhum contrato entre este e o cliente da recorrente;

Conforme exposto acima, há relação contratual entre os anunciantes, clientes da agência de propaganda, e os veículos de divulgação, e a própria previsão regulamentar acima demonstra que a agência age em nome do titular do espaço publicitário por força de norma legal.

• O vendedor do espaço publicitário não pode cobrar do cliente da recorrente nenhum valor, visto que a sua relação comercial é com a autuada, do mesmo modo que o cliente da recorrente não poderá reclamar, eventualmente, os serviços prestados a este;

Como visto acima, tanto pode o veículo cobrar do cliente, anunciante, que constam dos autos boletos do veículo em face dos anunciantes.

• Por fim, **o responsável pelos serviços a serem prestados é a autuada, não havendo nenhum vínculo entre o seu cliente e o vendedor do espaço;**

Como mencionado acima, há vínculo entre o cliente da agência de propaganda e o veículo de divulgação, vendedor do espaço.

• A legislação específica, no caso a Lei n° 5.474/68, esclarece de forma inequívoca se o valor contido na nota fiscal emitida corresponde à receita da pessoa jurídica.

Referida norma trata das faturas em geral, sem considerar as especificidades das normas específicas do setor de publicidade.

• A única forma, na minha avaliação, que a autuada teria para não se submeter à tributação da contribuição com referência a estas parcelas, se assim o desejasse, seria a celebração de contratos independentes entre o seu cliente — por parte dos seus serviços — e entre o seu cliente e o vendedor do espaço publicitário, com relação à cessão daquele espaço ao anunciante. Neste caso, estariam separadas as responsabilidades, as prestações de serviços, as receitas de cada empresa, e, conseqüentemente, a tributação da contribuição.

Isto seria uma atitude perfeitamente possível e não vedada pelo ordenamento jurídico.

Conforme apontado acima, efetivamente foi celebrado contrato entre os anunciantes e os veículos, razão pela qual a conclusão do Ilustre redator do voto proferido na Colenda Câmara *a quo* deve ser aplicada à espécie.

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001
Autenticado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por MARCOS AURELIO PEREIRA VALADAO
Impresso em 30/10/2014 por RECEITA FEDERAL - PARA USO DO SISTEMA

Ainda com relação ao argumento de que a incidência da COFINS se dá porque os valores totais constaram da nota fiscal, vale acrescentar mais um ponto.

Com efeito, se fosse adotado o critério puramente formal (ser emitida fatura) para que houvesse o surgimento do crédito tributário, bastaria ao contribuinte não emitir as faturas, ainda que recebesse o numerário decorrente da venda de mercadorias ou serviços, para que não estivesse submetido à exação.

CÓPIA

É de se notar, contudo, que o próprio Supremo Tribunal Federal se apercebeu disso, pois manifestou em diversos precedentes que a COFINS incide sobre o faturamento independente da emissão de fatura. Nesse sentido manifestaram-se os Ilustres Ministros Moreira Alves e Ilmar Galvão no julgamento da ADC nº 1, *verbis*:

> *Ministro Moreira Alves*
>
> *(...)*
>
> *Note-se que a Lei Complementar n. 70/91, ao considerar o faturamento como "a receita bruta das vendas de mercadorias, de mercadorias e serviços e de serviços de qualquer natureza" nada mais fez do que lhe dar* ***a conceituação de faturamento para efeitos fiscais, como bem assinalou o eminente Ministro ILMAR GALVÃO, no voto que proferiu no RE 150.764, ao acentuar que o conceito de receita bruta das vendas de mercadorias e de mercadorias e serviços "coincide com o de faturamento, que, para efeitos fiscais, foi sempre entendido como o produto de todas as vendas e não apenas das vendas acompanhadas de fatura, formalidade exigida tão-somente nas vendas mercantis a prazo (art. 1º da Lei 187/36)"****.*
>
> *Ministro Ilmar Galvão*
>
> *(...)*
>
> *Por fim, assinale-se a ausência de incongruência do excogitado art. 2º da LC 70/91, com o disposto no art. 195, I, da CF/88, ao definir "faturamento" como "a receita bruta das vendas de mercadorias, de mercadorias e serviços e de serviço de qualquer natureza."*
>
> *De efeito, o conceito de "receita bruta" não discrepa do "faturamento", na acepção que este termo é utilizado para efeitos fiscais, seja, o que corresponde ao produto de todas as vendas, não havendo qualquer razão para que lhe seja restringida a compreensão, estreitando-o nos limites do significado que o termo possui em direito comercial, seja aquele que abrange tão-somente as vendas a prazo (art. 1º da nº 187/68), em que a emissão de uma "fatura" constitui formalidade indispensável ao saque da correspondente duplicada.*
>
> *Entendimento nesse sentido, aliás, ficou assentado pelo STF, no julgamento do RE 150.755.* (grifos e destaques nossos)

Assim, se a não emissão de fatura é irrelevante para a ocorrência do fato gerador, não se pode admitir, por outro lado, que pelo simples fato de constar na fatura, o valor

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001
Autenticado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por MARCOS AURELIO PEREIRA VALADAO
Impresso em 30/10/2014 por RECEITA FEDERAL - PARA USO DO SISTEMA

total, que contempla parte receita do veículo e parte receita da agência de propaganda, deve ser tributado nessa última.

É importante analisar aqui, conforme já pincelado anteriormente, as relações jurídicas entabuladas pelos participantes do serviço de comunicação, que, no caso, são indubitavelmente três: (i) anunciante, (ii) agência de propaganda e (iii) veículo de comunicação.

Mais especificamente, é imperioso verificar o que efetivamente é a receita decorrente da prestação de serviços da agência de propaganda, ou seja, o que ela aufere de riqueza em razão do serviço prestado.

Nesse ponto, me parece que o fato de existir uma relação jurídica direta entre o anunciante e o veículo de comunicação é determinante para se afirmar que o valor total da fatura emitida pela agência de propaganda, no presente caso, não pode ser considerado "faturamento" para fins de incidência da COFINS.

De fato, se existe um vínculo obrigacional entre anunciante e veículo, o primeiro (anunciante) paga ao segundo (veículo) para veicular sua propaganda. No caso das notas fiscais acostadas aos autos, o anunciante paga à Rede Globo para que esta veicule a sua propaganda – ainda que através da agência de propaganda. Há uma relação jurídica entre anunciante e veículo por previsão legal, ou seja, há uma verdadeira obrigação *ex lege* na presente hipótese que não pode ser ignorada.

E tanto é assim que é emitida uma nota fiscal diretamente do veículo contra o anunciante. Referida nota fiscal, ao seu turno, é enviada aos cuidados da agência de propaganda e esta se incumbe da cobrança ao anunciante. Isso está comprovado nos autos.

Seria diferente se, no caso, não houvesse tal vínculo, se o anunciante tivesse uma relação jurídica apenas com a agência de propaganda. Nessa hipótese, sim, a agência auferiria uma receita total, receberia todo o valor e, posteriormente, arcaria com os seus custos na prestação de serviço. Todavia, não é essa a hipótese dos autos.

De se notar, por demais relevante, que na hipótese acima o veículo emitiria uma fatura contra a agência de propaganda. No entanto, não é isso que ocorre, conforme consta dos autos. A fatura do veículo é emitida contra o anunciante.

Além disso, é de se notar que a agência de propaganda não faz pura e simplesmente a inclusão do valor na sua nota fiscal, cobrando do anunciante o valor global. Ao contrário, são feitas várias referências cruzadas, não só na sua nota fiscal, mas também na própria nota fiscal do veículo, conforme se comprova às fls. 74 a 87.

Aliás, verifica-se, também, que os pagamentos pelos anunciantes aos veículos podem se dar de forma diversa, quais sejam:

(i) com cobrança de forma global pela agência, com pagamento pelo anunciante à agência e repasse de numerário para o veículo, conforme se depreende das notas fiscais do veículo (Rede Globo), da agência e do Pedido de Inserção, acostados às fls. 74 a 76;

(ii) com cobrança direta pelo veículo dos valores que lhe dizem respeito, consoante comprova o boleto de fls. 78, em que figura como Cedente/Sacador o veículo Globo

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001
Autenticado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por MARCOS AURELIO PEREIRA VALADAO
Impresso em 30/10/2014 por RECEITA FEDERAL - PARA USO DO SISTEMA

Comunicações Part. Ltda. e Sacado o anunciante American Express Br. Temp. & Cia., ou seja, a agência nada recebe do anunciante para repassar ao veículo.

Parece-me patente, portanto, que não só por força dos dispositivos legais específicos do setor de publicidade, mas também pelas próprias provas dos autos, notadamente pelo boleto de cobrança, que foi emitido pelo veículo diretamente contra o anunciante, que existem relações jurídicas diversas.

Por conseguinte, existem receitas dos veículos e, por outro lado, receitas das agências de propaganda. Somente estas é que podem ser tributadas, e não o valor global.

Esse entendimento, aliás, coincide com o brilhante voto proferido pela Ilustre relatora no julgamento do processo nº 10680.007740/2003-70, Conselheira Nayra Bastos Manatta, cujos excertos transcrevo abaixo e também peço vênia para adotar como razões de decidir, *verbis*:

> *A matéria a ser tratada no presente recurso diz respeito à* ***legitimidade da inclusão na base de cálculo da contribuição para o PIS da parcela relativa aos valores cobrados pelos veículos de divulgação no faturamento das agencias de propaganda****. Segundo a recorrente, agência de propaganda, a parcela em questão corresponde aos valores cobrados pelos veículos de divulgação, pela prestação do serviço de divulgação embutidos. Estes valores são embutidos na fatura das agências de propaganda por expressa previsão legal e contratual, devendo ser repassados aos citados veículos de divulgação, ou seja, são valores que correspondem a serviços realizados por terceiros e não pela recorrente, daí que somente para aqueles terceiros é que nasceria a obrigação tributária quanto a essa verba.*
>
> ***Da legislação que dispõe sobre o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda constam os seguintes dispositivos, que particularmente contribuem para solução do litígio:***
>
> > *"LEI 4.680, DE 18/06/1965 - DOU 21/06/1965:*
> >
> > *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.***
> >
> > *DECRETO 57.690, DE 01/02/1966 - DOU 10/02/1966:*
> >
> > *Art. 6º - Agência de propaganda é a pessoa jurídica especializada nos métodos, na arte e na técnica publicitária que, através de profissionais a seu serviço, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veiculas de divulgação, por ordem e conta de clientes anunciantes, com o objetivo de promover a venda de mercadorias, produtos e serviços,*

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001
Autenticado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por MARCOS AURELIO PEREIRA VALADAO
Impresso em 30/10/2014 por RECEITA FEDERAL - PARA USO DO SISTEMA

difimdir idéias ou informar o publico a respeito de organizações ou instituições a que servem.

Art. 11. O Veículo de Divulgação fixará, em Tabela, a comissão devida aos Agenciadores, bem como o desconto atribuído às Agências de Propaganda.

§ 1º (Revogado pelo Decreto n°2.262, de 26/06/1997 - DOU de 27/06/1997, em vigor em 28/07/1997).

§ 2º (Revogado pelo Decreto n" 2.262, de 26/06/1997 - DOU de 27/06/1997, em vigor em 28/07/1997) (abatimento concedido pelo veiculo de divulgação como estimulo à agência de propaganda).

§ 3º (Revogado pelo Decreto n°2.262, de 26/06/1997 - DOU de 27/06/1997, em vigor em 28/07/1997).

Art. 14. O preço dos serviços prestados pelo Veiculo de Divulgação será por este fixado em Tabela pública aplicável a todos os compradores, em igualdade de condições, incumbindo ao Veiculo respeitá-la e fazer com que seja respeitada por seus Representantes.

Art. 15. O faturamento da divulgação será feito em nome do Anunciante, devendo o Veiculo de Divulgação remetê-lo a Agência responsável pela propaganda.

Verifica-se, portanto, que os valores relativos aos serviços de divulgação, contratados pela agência de propaganda, por conta e ordem do anunciante, são incluídos em sua fatura por expressa previsão legal (art. 15 do Decreto ri° 57.690/66, e não integram a base de cálculo das contribuições COFINS e PIS, mesmo na vigência da Lei nº 9.718/98.

Na determinação da base de cálculo do presente lançamento, foram excluídas as parcelas correspondentes aos valores correspondentes aos serviços de divulgação prestados pelos veículos, contabilizados na escrita fiscal da recorrente como "valores subempreiteiros", e nas Notas de Serviço emitidas pela empresa como "comissão da agencia". Das notas de serviços emitidas pelos veículos de divulgação consta a autorização firmada pelo anunciante e a discriminação da parcela do pagamento recebida por ela própria e a recebida pela agência de propaganda. Para o Fisco os valores repassados aos veículos de divulgação não podem ser deduzidos da base de cálculo da contribuição por se tratarem de custos, ou receitas de terceiros subcontratados, idêntico ao caso da construção civil em que por não poder realizar todos os serviços contratados a empresa construtora subcontrata terceiros para realizá-los.

Por sua vez, a recorrente contradita afirmando ser incompreensível a pretensão de tributar tais valores, visto que os valores repassados aos veículos de divulgação representam o pagamento do serviço de divulgação da propaganda por ela concebida, realizado por conta do anunciante e não por sua

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001
Autenticado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por MARCOS AURELIO PEREIRA VALADAO
Impresso em 30/10/2014 por RECEITA FEDERAL - PARA USO DO SISTEMA

conta própria, que as empresas de difusão têm direito a receber pela prestação do serviço, independentemente da modalidade de percepção dessa retribuição que resulta das três formas de atuação no que concerne à relação anunciante/agência/veiculo de divulgação.

Essas três formas de atuação estão assim descritas nas - Normas-Padrão da Atividade Publicitária (revisada em 18/06/2002), emitidas pelo CENP - Conselho Executivo das Normas-Padrão:

(...)

Por ai se verifica que segundo as regras do mercado publicitário, a prática mais corriqueira é que o anunciante contrate urna agência de publicidade que, por sua vez, contratará o veiculo de divulgação em nome do primeiro, sendo que o faturamento do veiculo será emitido contra o anunciante aos cuidados da Agência, que efetuará a cobrança, pagando ao veiculo o valor liquido da operação, deduzido o "desconto padrão de agência", que representa a sua própria remuneração pelo serviço efetivamente prestado por ela.

Ou seja, é por força das regras que regulam o mercado de propaganda, especificadas nas Normas-Padrão da Atividade Publicitária, emitidas pelo CENP – Conselho Executivo das Normas-Padrão, que as agências de publicidade emitem a fatura de serviço pelo total dos serviços prestados (os seus próprios e os prestados pelos Veículos de divulgação), discriminando cada parcela.

Os elementos de prova carreados para os autos condizem com essa realidade, ou seja, nas notas fiscais de fatura o serviço é faturado pelo valor bruto do serviço de publicidade, porém são indicados nos campos próprios o nome do veiculo de divulgação e o valor corresponde ao serviço por ele prestado, bem como o valor do "desconto padrão de agência", correspondente à remuneração pelos serviços prestados pela Agência. Tal discriminação também faz parte das notas fiscais emitidas pelos veículos de divulgação para instrumentalizar o recebimento da sua própria remuneração pela divulgação executada.

Assim sendo, considero que ao adotar essa forma de procedimento a Agência de publicidade há de desconsiderar da base de cálculo do PIS o valor que posteriormente repassa aos veículos de divulgação pela prestação do serviço a eles inerentes, que, em absoluto, podem ser confundidos com aqueles prestados pelas agencias de propaganda.

Vale ainda ressaltar que tais transferências em absoluto se confundem com aquelas realizadas no campo da construção civil, como argüiu a decisão recorrida. No caso em análise a contratação do veículo de divulgação é feita por conta e ordem do anunciante e os serviços de divulgação prestados apenas entram na emissão da nota de fatura das agências por imposição das normas reguladoras de tais atividades. No caso da construção civil, a subcontratação é feita por conta e ordem da empresa prestadora dos serviços contratados por não ter ela

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001
Autenticado digitalmente em 29/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por MARCOS AURELIO PEREIRA VALADAO
Impresso em 30/10/2014 por RECEITA FEDERAL - PARA USO DO SISTEMA

> *própria condições de realizar todos os serviços acordados com o contratante, e, na sua fatura, consta o total dos serviços sem quaisquer ressalvas. Ressalte-se aqui que na construção civil o contratante nenhuma relação possui com o subcontratado, diferente do caso em apreço.*
>
> *Assim sendo, voto no sentido de dar provimento ao recurso interposto.* (grifos e destaques nossos)

No meu entendimento, portanto, não resta dúvida de que os valores recebidos pelas agências de propaganda e devidos pelos anunciantes aos veículos de divulgação não integram a receita dessas agências, e, por conseqüência, não podem ser tributados pela COFINS nas agências de propaganda.

Não só por força dos dispositivos legais específicos do setor de publicidade, mas também pelas próprias provas dos autos, notadamente pelo boleto de cobrança, que foi emitido pelo veículo diretamente contra o anunciante, restou provado que existem relações jurídicas diversas.

A agência de propaganda, portanto, só pode ser tributada pela COFINS naquilo que configura sua receita.

Assim, em face de todo o exposto, voto no sentido de DAR PROVIMENTO ao recurso especial do contribuinte.

Rodrigo Cardozo Miranda

Documento assinado digitalmente conforme MP nº 2.200-2 de 24/08/2001
Autenticado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 13/09/2014 por RODRIGO CARDOZO MIRANDA, Assinado digitalmente em 29/09/2014 por MARCOS AURELIO PEREIRA VALADAO
Impresso em 30/10/2014 por RECEITA FEDERAL - PARA USO DO SISTEMA