



MINISTÉRIO DA FAZENDA

SEGUNDO CONSELHO DE CONTRIBUINTES

MF - Segundo Conselho de Contribuintes
Publicado no Diário Oficial da União
de 02 / 03 / 2001
Rubrica

Processo : 10950.002333/99-56
Acórdão : 201-73.943

Sessão : 16 de agosto de 2000
Recurso : 113.130
Recorrente: TELEVISÃO CULTURA DE MARINGÁ LTDA.
Recorrida: DRJ em Foz do Iguaçu - PR

PIS – BASE DE CÁLCULO – Se o veículo de comunicação não recebe diretamente do anunciante o valor da comissão da agência de publicidade pela veiculação de anúncio de propaganda (“descontos”), dessa forma não escriturando-o em conta de receita, tal valor não é base impositiva do PIS, restando ao Fisco, por todos os meios lícitos, invertendo o ônus da prova, demonstrar que tal valor efetivamente é receita da empresa. Por outro lado, se o valor referente à comissão da agência é pago diretamente pelo anunciante ao agente veiculador do anúncio para que este a repasse à agência publicitária, sendo tal valor escriturado em conta redutora de receita, também tal valor não integra a base de cálculo da PIS. De igual sorte, resta ao Fisco, sendo seu o ônus, provar que tais valores não foram repassados ou que referem-se a custos operacionais. **Recurso voluntário a que se dá provimento.**

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos de recurso interposto por: **TELEVISÃO CULTURA DE MARINGÁ LTDA.**

ACORDAM os Membros da Primeira Câmara do Segundo Conselho de Contribuintes, por unanimidade de votos, em dar provimento ao recurso. Ausente, justificadamente, o Conselheiro Rogério Gustavo Dreyer.

Sala das Sessões, em 16 de agosto de 2000


Luiza Helena Galante de Moraes
Presidenta


Jorge Freire
Relator

Participaram, ainda, do presente julgamento os Conselheiros Ana Paula Tomazzete Urroz (Suplente), Ana Neyle Olímpio Holanda, Valdemar Ludvig, João Berjas (Suplente), Antonio Mário de Abreu Filho e Sérgio Gomes Velloso.
Eaal/ovrs



Processo : 10950.002333/99-56
Acórdão : 201-73.943

Recurso : 113.130
Recorrente: TELEVISÃO CULTURA DE MARINGÁ LTDA.

RELATÓRIO

Recorre a epigrafada, já devidamente qualificada nos autos, contra parte da decisão monocrática que manteve a exação do PIS. A parte exonerada da exigência encontra-se no Processo-Matriz (10950.002407/98-18), objeto de remessa oficial e também julgado nesta Sessão de julgamento, e a parte mantida da exação foi transferida para este processo, que ora se julga.

O lançamento decorreu do entendimento do Fisco de que a empresa ao não ter oferecido à tributação as receitas de prestação de serviços referente às comissões de agências e descontos de agências, reduziu indevidamente a base de cálculo das Contribuições COFINS e PIS.

Em sua impugnação a empresa alega, em síntese, que a veiculação de anúncios de propaganda em veículos de comunicação dá-se numa relação em que participam o anunciante, a agência de propaganda que detém a conta do anunciante e o veículo de divulgação. Averba que, normalmente, a forma de pagamento de anúncios veiculados por veículos de comunicação, seu caso, dá-se sob as seguintes formas, a saber, a agência intermedeia o anúncio e o serviço é pago diretamente para a agência, sendo que 20% do valor é comissão da agência e 80 % para o veículo, ou o anunciante paga o total ao veículo e este repassa a comissão à agência, ou, ainda, em não havendo intermediação de agências de publicidade, o pagamento é totalmente feito ao veículo de comunicação.

Com base em tais formas de pagamento dos anúncios, a empresa contesta a conclusão do Fisco exposta no item 7 do Termo de Verificação Fiscal, de que os descontos de agência e as comissões de agência significariam em essência a mesma coisa. Aduziu, a então impugnante, que os descontos de agência referem-se à primeira forma de pagamento quando os valores são diretamente pago às agências de propaganda, sendo, inclusive, por elas faturados. Nessa hipótese o veículo de comunicação recebe tão-somente o equivalente a 80% do valor, sendo emitida nota fiscal de serviço por este valor líquido, o qual é escriturado como sua receita, desconsiderando-se o valor que é pago diretamente pelo cliente à agência. Quanto às comissões das agências, afirma tratar-se da segunda forma de pagamento, quando tais valores consubstanciam-se em meros repasses a terceiros, atuando o veículo de comunicação como mero intermediário de tais recursos.

No que pertine às comissões das agências, ressalta que os valores totais recebidos dos clientes são escriturados em conta de receita, mas, em contrapartida, as

J



Processo : 10950.002333/99-56

Acórdão : 201-73.943

parcelas que são repassadas às agências de propaganda são escrituradas em contas redutoras de venda (comissões a pagar), as quais compensam os montantes lançados em receita.

Frente a dicção da lei impositiva do PIS, conclui que não pode ser tributada sobre faturamento de terceiros, posto que os descontos e as comissões das agências representam receitas exclusivas das mesmas, e não sua.

A decisão monocrática considerou o lançamento parcialmente procedente, considerando os descontos de agência como descontos incondicionais, e, em consequência, excluindo-os da base imponible do PIS. O valor remanescente, relativo à parte da exação mantida, comissões das agências, foi transferido para o presente processo administrativo, objeto de recurso voluntário.

Quanto à parte da exação mantida, a autoridade recorrida motiva sua decisão no fato de que o valor referente às comissões circularam pela empresa, sendo inserto na duplicata que foi cobrada e recebida do cliente. Aduz, contudo, que as evidências são de que se trata de uma comissão devida pela recorrente aos anunciantes, mas que o preço total do serviço é seu faturamento e a comissão é um custo ou despesa. Conclui que sendo tais valores incluídos em nota fiscal de venda de serviços é seu o ônus de provar que a exclusão destes da base de cálculo se encontra dentre as hipóteses legais de exclusão.

Em sua articulação recursal a empresa repisa seus argumentos impugnatórios, acrescentando comentários acerca de como são as relações no mercado publicitário. Nesse sentido afirma que *"os pagamentos feitos pelo veículo de comunicação às agências de publicidade, a título de comissão, são, apenas e tão-somente, repasses dos recursos pagos pelos clientes"* e *"que o preço total pelo serviço publicitário – incluindo a parte da veiculação – é todo ele tratado e contratado diretamente entre o cliente/anunciante e a agência de publicidade. O veículo de comunicação limita-se a receber da agência, o chamado pedido de inserção, que indica as datas, horas e programas em que a peça publicitária deve ser veiculada, constituindo-se, pois, em uma verdadeira ordem de serviço expedida pela agência contra o veículo de comunicação"*. Finaliza, neste ponto, asseverando que é a própria agência de publicidade que orienta o veículo de comunicação a forma pela qual o serviço deveria ser faturado, vale dizer, pelo líquido (desconto de agência) ou pelo bruto (comissão de agência).

De fl. 162, comprovante do depósito recursal.

É o relatório.



Processo : 10950.002333/99-56
Acórdão : 201-73.943

VOTO DO CONSELHEIRO-RELATOR JORGE FREIRE

Em síntese, a questão versa sobre a base imponible da COFINS, pouco importando os termos utilizados pela Lei nº 4.680/65.

Dúvida não há de que quando a legislação menciona que a base de cálculo da COFINS é o faturamento, assim considerado a receita bruta das vendas de mercadorias, de mercadorias e serviços e de serviço de qualquer natureza, está referindo-se às atividades comerciais ou de prestação de serviço próprias do sujeito passivo da relação jurídica tributária e não a de terceiros.

Assim, nem toda receita que circula pelo caixa da empresa necessariamente será base imponible da COFINS. E nesse sentido esta Câmara já decidiu quando julgou o Recurso nº 109.019, relatado pelo ilustre Dr. Sérgio Velloso, quando ficou assentado que o valor referente ao repasse de verbas de empresas consorciadas à empresa responsável pela administração de obra a cargo daquelas, não constituía faturamento a ensejar a incidência da norma impositiva.

Analogicamente, entendo ser esta a hipótese dos autos. O lançamento quanto aos chamados descontos foi até mesmo arbitrário, posto que sequer houve circulação do valor pelo caixa da ora recorrente. E simplesmente concluir que descontos e comissões significam, em essência, exatamente a mesma coisa, é temerário, posto que não vislumbro nos autos prova suficiente a ensejar tal afirmação.

Durante o procedimento fiscal a empresa afirmou ao Fisco que tanto os descontos quanto às comissões eram excluídas da base de cálculo do PIS, visto serem verbas de terceiros, no caso das agências de publicidade. E o Fisco constatou durante o ato fiscalizatório que todos os valores, quer de descontos quer de comissões equivaleriam a um percentual de 20% (vinte por cento) do valor total pago pelo anunciante.

E, nesse ponto, incide minha divergência com a motivação da parte da decisão objeto do recurso voluntário. Pois se constatado que parte dos valores recebidos pelo veículo sequer eram escriturados pela recorrente em sua conta de receita, em relação aos chamados descontos, passa a ser ônus do Fisco de provar que tais valores referem-se à prestação de serviço próprio da defendente. E, como consignei no processo referente ao recurso de ofício, não identifiquei tais provas nos autos.

Da mesma forma ocorre em relação às chamadas comissões. Embora os valores referentes a tais comissões adentrem o caixa da autuada, e isso é inconteste, os



Processo : 10950.002333/99-56

Acórdão : 201-73.943

mesmos são escriturados em contas redutoras de venda (comissões a pagar), as quais compensam os montantes lançados em receita. Demais disso, conforme constata-se às fls. 108/147, uma vez repassados tais valores às agência de publicidade, estas emitem nota fiscal de prestação de serviços. Entendo que caberia ao Fisco provar que tais valores lançados nas contas redutoras seriam custos da empresa, como entende a decisão recorrida, ou fazer prova de que tais valores não foram repassados às agências, ou, ainda, provar que tal exclusão foi fraudulenta.

E, para tanto, deveria o Fisco ter utilizado de todos os meios lícitos postos a sua disposição, mormente diligenciando nos anunciantes e nas próprias agências de publicidade a quem teriam sido repassadas tais verbas. Entretanto, não vejo nos autos provas a ensejar concludentemente que os valores da comissões não teriam sido repassadas a quem de direto competia, qual seja, as agências de publicidade.

Diante do colocado, entendo que não há como ser mantida a decisão vergastada. Face a tal, uma vez prejudicada sua análise, deixo de manifestar-me sobre a preliminar de decadência.

Forte no exposto, DOU PROVIMENTO AO RECURSO VOLUNTÁRIO.

Sala das Sessões, em 16 de agosto de 2000

JORGE FREIRE