



Ministério da Fazenda  
Segundo Conselho de Contribuintes

MINISTÉRIO DA FAZENDA  
Segundo Conselho de Contribuintes  
Publicado no Diário Oficial da União  
De 23 / 08 / 2004  
*[Assinatura]*  
VISTO

2º CC-MF  
Fl.

Processo nº : 13808.000176/00-37  
Recurso nº : 120.728  
Acórdão nº : 201-77.363

Recorrente : LEO BURNETT PUBLICIDADE LTDA.  
Recorrida : DRJ em Curitiba - PR

**PIS. RECEITAS DAS AGÊNCIAS DE PROPAGANDA E PUBLICIDADE.**

Os valores recebidos pelas Agências de Propaganda e devidos pelos anunciantes aos veículos de divulgação não integram a base de cálculo do PIS dessas agências.

**Recurso provido.**

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos de recurso interposto por LEO BURNETT PUBLICIDADE LTDA.

ACORDAM os Membros da Primeira Câmara do Segundo Conselho de Contribuintes, **por unanimidade de votos, em dar provimento ao recurso.** Fez sustentação oral o advogado da recorrente, Dr. Paulo Rogério Sehn.

Sala das Sessões, em 2 de dezembro de 2003.

*Josefa Maria Coelho Marques*  
Josefa Maria Coelho Marques  
**Presidente**

*Adriana Gomes Rêgo Galvão*  
Adriana Gomes Rêgo Galvão  
**Relator**

Participaram, ainda, do presente julgamento os Conselheiros Jorge Freire, Antonio Mario de Abreu Pinto, Serafim Fernandes Corrêa, Roberto Velloso (Suplente), Hélio José Benz e Rogério Gustavo Dreyer.



Processo nº : 13808.000176/00-37  
Recurso nº : 120.728  
Acórdão nº : 201-77.363

Recorrente : LEO BURNETT PUBLICIDADE LTDA.

## RELATÓRIO

Leo Burnett Publicidade Ltda., devidamente qualificada nos autos, recorre a este Colegiado através do Recurso de fls. 183/217, contra a Decisão nº 64, de 26/01/2001, prolatada pela Delegacia da Receita Federal de Julgamento em Curitiba - PR, fls. 174/179, que julgou procedente o lançamento consubstanciado no auto de infração de PIS, fls. 130/132, lavrado em 10/02/2000, relativamente aos fatos geradores ocorridos entre 03/1996 a 12/1998.

Do Termo de Verificação e Constatação, fls. 115/117, consta que o lançamento decorreu da constatação, pela fiscalização, de que os valores declarados e contabilizados como receita não correspondiam ao faturado pela empresa.

De acordo com a fiscalização, as faturas eram efetuadas por um valor total, composto de "custo interno", correspondente à comissão da agência, sobre o qual recolhia-se IRF, e pelo "custo externo", correspondente ao valor do serviço de veiculação, prestado pelos veículos de comunicação.

Na contabilidade, a contribuinte procedia da seguinte forma: quando do faturamento, debitava o valor total da fatura na conta "Clientes a Receber", e em contrapartida creditava a comissão na conta de Receita, e o restante, referente às inserções contratadas junto aos veículos de comunicação, creditava na conta "Fornecedores". No recebimento da fatura, debitava "Banco c/ Movimento", creditava o total na conta "Caixa Recebimento Clientes", que em seguida era debitada, contrapartida da conta "Clientes a Receber".

O efeito deste método de contabilização era que somente as comissões eram tributadas, havendo a fiscalização indagado à recorrente a respeito do embasamento legal que a autorizava a assim proceder, ao que a mesma responde com os documentos anexos às fls. 9/37.

Tempestivamente a contribuinte insurge-se contra a exigência fiscal, conforme impugnação às fls. 135/150.

A Delegacia da Receita Federal de Julgamento em Curitiba - PR manteve o lançamento, conforme a decisão citada, cuja ementa apresenta o seguinte teor:

*"Assunto: Contribuição para o PIS/Pasep*

*Período de apuração: 01/03/1996 a 31/12/1998*

*Ementa: BASE DE CÁLCULO. FATURAMENTO. REPASSE DE VALORES EM RAZÃO DE SUBCONTRATAÇÃO.*

*As empresas de publicidade e propaganda não podem excluir do faturamento, base de cálculo do PIS, as importâncias que, computadas como receita, tenham sido repassadas para outras pessoas jurídicas em razão da subcontratação de serviços.*

*LANÇAMENTO PROCEDENTE".*

Ciente da decisão de primeira instância em 13/11/2001, fl. 182, a contribuinte interpôs recurso voluntário em 07/12/2001, onde, em síntese, argumenta:

a) o auto de infração expressa equívoco ao considerar que as agências de propaganda estariam sujeitas às mesmas considerações aplicáveis às demais prestadoras de



**Processo nº : 13808.000176/00-37**  
**Recurso nº : 120.728**  
**Acórdão nº : 201-77.363**

serviços, nas quais, via de regra, o reconhecimento das receitas, para fins de apuração do PIS, coincide com os valores consignados nas notas fiscais emitidas;

b) sempre recolheu a contribuição sobre as comissões relativas à prestação de seus serviços de propaganda, haja vista que estas, sim, lhe seriam receitas, ou seja, constituíam efetivos acréscimos patrimoniais;

c) não se aplica ao caso, como entendeu o julgador, a previsão incerta no art. 3º, § 2º, do inciso III, da Lei nº 9.718/98, vez que os fatos geradores lançados são de março de 1996 a dezembro de 1998;

d) 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, de acordo com o art. 14 do Código de Ética das Agências de Propaganda;

e) para esclarecer o procedimento, transcreve os arts. 6º, 8º, 10, 14 e 15 do Decreto nº 57.690/66, bem assim o tópico 8 da Seção I do Código de Ética e art. 11 da Lei nº 4.680/65, além das Seções III e VII das Normas da Associação Brasileira das Agências de Propaganda – ABAP, para verificar que o valor total pago pelo anunciante para a veiculação de uma campanha publicitária é composto, tanto pela comissão da Agência de Propaganda, quanto pelo valor do serviço prestado pelos veículos, sendo que, em relação a este último montante, é emitida nota fiscal de serviço pelo Veículo de Divulgação, em nome do anunciante e aos cuidados da agência, a fim de satisfazer as normas da ABAP;

f) de acordo com a legislação que rege o PIS para o período em questão, a base de cálculo do PIS é o faturamento, assim entendido como a receita bruta proveniente dos serviços prestados, sendo, portanto, a receita auferida pelo sujeito passivo;

g) assim, o auto de infração também denota erro na identificação do sujeito passivo, na medida em que as receitas com serviços de veiculação de mensagens de propaganda são auferidas pelos “veículos de divulgação” e, portanto, são estes os sujeitos desta relação tributária;

h) a definição criteriosa de receita está consignada na Norma Internacional de Contabilidade, NIC 18, cujo item 7 transcreve, para concluir que há de haver um aumento de patrimônio líquido;

i) traz também doutrina para concluir que se uma pessoa jurídica tem um determinado benefício financeiro cujo recebimento está vinculado a uma obrigação, não haverá aquisição de direito patrimonial sobre o valor recebido;

j) traz ainda aos autos o art. 279, 647 e 651 do RIR/99, para demonstrar que pela legislação do imposto de renda, são expressamente excluídos da sua incidência, os repasses que a Agência de Propaganda faz para os veículos de divulgação, conforme entendeu também a 3ª Câmara do 1º Conselho de Contribuintes, e a própria Receita Federal, por meio dos processos de consulta nºs 42 e 43/2000 – SRRF 1ª;

k) a Lei nº 9.715/98 define o faturamento como sendo a receita bruta definida na legislação do imposto de renda; e

l) com base nos princípios do devido processo legal, é inegável que, em situações como esta, o ônus da prova é da fiscalização, como se manifestou esta Câmara, no Acórdão nº

*SDU*

*3*



Processo nº : 13808.000176/00-37  
Recurso nº : 120.728  
Acórdão nº : 201-77.363

201-73.943, logo caberia à autoridade fiscal **comprovar que o valor arrecadado pela recorrente, por ordem do veículo de divulgação, constitui uma receita auferida pela mesma, não se tratando de receita recebida por conta de terceiros.**

E por fim, pede pela reforma da decisão recorrida, para anular o auto de infração objeto do presente feito.

A contribuinte ingressou com mandado de segurança para interpor o presente recurso voluntário sem efetuar depósito recursal, entretanto, tendo o Tribunal Regional Federal da 3ª Região prolatado decisão denegando-lhe o direito, apresenta a este Colegiado cópia autenticada dos seus atos societário e arrolamento de bens.

É o relatório. 





Processo nº : 13808.000176/00-37  
Recurso nº : 120.728  
Acórdão nº : 201-77.363

**VOTO DA CONSELHEIRA-RELATORA  
ADRIANA GOMES RÊGO GALVÃO**

O recurso é tempestivo e atende aos demais requisitos de admissibilidade previstos em lei, razão porque dele tomo conhecimento.

No mérito, a questão cinge-se em se verificar se as receitas repassadas pelas agências de propaganda e publicidade aos veículos de comunicação, forem faturadas em nome daquelas, são receitas destas agências ou se tratam de receitas que auferem por conta de terceiros.

Neste sentido, cumpre analisar o que dispõe a legislação específica que regulamenta esta atividade, a partir da qual se conclui:

1º) as agências de publicidade e propaganda são vinculadas aos veículos de comunicação, a estes encaminhando propaganda por conta de terceiros, como se depreende de uma leitura do art. 2º da Lei nº 4.680/65, *verbis*:

*"Art 2º Consideram-se Agenciadores de Propaganda os profissionais que, vinculados aos veículos da divulgação, a eles encaminham propaganda por conta de terceiros."*

2º) se a intermediação entre anunciante e veículo de comunicação não for feita por agência de propaganda, mas por publicitários do próprio veículo de comunicação, a remuneração destes profissionais segue as regras da CLT, consoante o art. 7º da Lei nº 4.680/65:

*"Art 7º A remuneração dos Publicitários não Agenciadores será baseada nas normas que regem os contratos comuns de trabalho, assegurando-se-lhes todos os benefícios de caráter social e previdenciário outorgados pelas Leis do Trabalho."*

3º) as comissões e os descontos são calculados sobre os preços constantes de tabela, fixados pelo veículo de comunicação, conforme se verifica nos art. 11 da Lei nº 4.680/65 e arts. 11 e 14 do Decreto nº 57.690/66, com as alterações do Decreto nº 2.262/97, respectivamente:

*"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 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 Dec. nº 2.262, de 26.6.1997:

Texto original: Comissão é a retribuição, pelo Veículo de Divulgação, do trabalho profissional do Agenciador de Propaganda, sendo vedada sua transferência, mesmo parcial, para o anunciante.

§ 2º Revogado pelo Dec. nº 2.262, de 26.6.1997:



Processo nº : 13808.000176/00-37  
Recurso nº : 120.728  
Acórdão nº : 201-77.363

Texto original: Desconto é o abatimento concedido pelo Veículo de Divulgação como estímulo à Agência de Propaganda, que dele não poderá utilizar-se para rebaixa dos preços de tabela.

§ 3º Revogado pelo Dec. nº 2.262, de 26.6.1997:

Texto original: Nenhuma Comissão ou desconto será concedido sobre a propaganda encaminhada diretamente ao Veículo de Divulgação, por qualquer pessoa física ou jurídica que não se classifique como Agenciador de Propaganda ou Agência, definidos no presente Regulamento.

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

4º) os veículos de divulgação não podem descontar da remuneração das agências de propaganda e publicidade, os débitos não saldados pelos anunciantes, ou seja, a agência não se responsabiliza pela inadimplência dos anunciantes, de forma que os veículos de divulgação devem cobrar o preço ajustado diretamente destes anunciantes, ao teor do art. 12 da retrocitada Lei, *verbis*:

*"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."*

5º) os veículos de divulgação, e não as agências, se obrigam perante os anunciantes pelo conteúdo da matéria autorizada a divulgar, à luz do que afirma o art. 16 do aludido Decreto, *verbis*:

*"Art 16. O Veículo de Divulgação ficará obrigado, perante o Anunciante, a divulgar a matéria autorizada, no espaço ou no tempo contratado, de acordo com as especificações estabelecidas, não podendo o Anunciante, em qualquer caso, pretender influir na liberdade de sua opinião editorial."*

A partir destas considerações, entendo que dos valores que integram a fatura emitida pelas agências de propaganda, apenas as comissões são receitas próprias, e que, portanto, devem integrar a base de cálculo do PIS, ao passo que a parcela restante, correspondente à diferença entre o total faturada e a comissão, corresponde ao preço cobrado pelo veículo de comunicação, em razão dos serviços que presta de divulgação e pelo qual se responsabiliza.

É oportuno acrescentar, ainda, o que dispõe o art. 651 do RIR/99, *verbis*:

*"Mediação de Negócios, Propaganda e Publicidade*

*Art. 651. Estão sujeitas à incidência do imposto na fonte, à alíquota de um e meio por cento, as importâncias pagas ou creditadas por pessoas jurídicas a outras pessoas jurídicas (Lei nº 7.450, de 1985, art. 53, Decreto-Lei nº 2.287, de 23 de julho de 1986, art. 8º, e Lei nº 9.064, de 1995, art. 6º):*

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

*[Assinatura]*



Processo nº : 13808.000176/00-37

Recurso nº : 120.728

Acórdão nº : 201-77.363

*II - por serviços de propaganda e publicidade.*

*§ 1º No caso do inciso II, excluem-se da base de cálculo as importâncias pagas diretamente ou repassadas a empresas de rádio e televisão, jornais e revistas, atribuída à pessoa jurídica pagadora e à beneficiária responsabilidade solidária pela comprovação da efetiva realização dos serviços (Lei nº 7.450, de 1985, art. 53, parágrafo único).” (negritei)*

Ora, não me parece coerente admitir que a legislação do imposto de renda permita expressamente se excluir da base de cálculo deste imposto os valores repassados aos veículos de comunicação, e não se reconheça esta possibilidade, em se tratando das contribuições para o PIS ou da Cofins.

Por estas razões, dou provimento ao recurso voluntário.

É como voto.

Sala das Sessões, em 2 de dezembro de 2003.

*Adriana Gomes Régio Galvão*  
ADRIANA GOMES RÉGIO GALVÃO