



MINISTÉRIO DA ECONOMIA
Conselho Administrativo de Recursos Fiscais



Processo nº 19515.004033/2010-37
Recurso Especial do Procurador
Acórdão nº **9303-013.063 – CSRF / 3ª Turma**
Sessão de 17 de março de 2022
Recorrente FAZENDA NACIONAL
Interessado RADIO E TELEVISAO BANDEIRANTES S.A.

ASSUNTO: CONTRIBUIÇÃO PARA O PIS/PASEP

Período de apuração: 01/01/2006 a 31/12/2006

DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA. VALORES QUE ADENTRAM A CONTABILIDADE. RECEITA PRÓPRIA. BASE DE CÁLCULO DO PIS E COFINS. COMPOSIÇÃO.

Os valores correspondentes ao chamado desconto padrão de agência integram o valor do faturamento dos veículos de comunicação, pois são por eles devidos, às agências de publicidade, por conta da intermediação entre anunciante e veículo, possuindo natureza de comissão, consoante expressa disposição das Normas Padrão da Atividade Publicitária e, por esse motivo, compõem a base de cálculo do PIS.

ASSUNTO: CONTRIBUIÇÃO PARA O FINANCIAMENTO DA SEGURIDADE SOCIAL (COFINS)

Período de apuração: 01/01/2006 a 31/12/2006

DESCONTO PADRÃO DE AGÊNCIA. VALORES QUE ADENTRAM A CONTABILIDADE. RECEITA PRÓPRIA. BASE DE CÁLCULO DO PIS E COFINS. COMPOSIÇÃO.

Os valores correspondentes ao chamado desconto padrão de agência integram o valor do faturamento dos veículos de comunicação, pois são por eles devidos, às agências de publicidade, por conta da intermediação entre anunciante e veículo, possuindo natureza de comissão, consoante expressa disposição das Normas Padrão da Atividade Publicitária e, por esse motivo, compõem a base de cálculo da COFINS.

Vistos, relatados e discutidos os presentes autos.

Acordam os membros do colegiado, por unanimidade de votos, em conhecer do Recurso Especial e no mérito, por maioria de votos, em dar-lhe provimento, vencidas as conselheiras Tatiana Midori Migiyama, Érika Costa Camargos Autran e Vanessa Marini Ceconello, que lhe negaram provimento.

(documento assinado digitalmente)

Adriana Gomes Rego - Presidente

(documento assinado digitalmente)

Luiz Eduardo de Oliveira Santos – Relator

Participaram do presente julgamento os Conselheiros: Luiz Eduardo de Oliveira Santos, Tatiana Midori Migiyama, Rodrigo da Costa Possas, Valcir Gassen, Jorge Olmiro Lock Freire, Erika Costa Camargos Autran, Vanessa Marini Ceconello e Adriana Gomes Rego (Presidente). Ausente o conselheiro Rodrigo Mineiro Fernandes.

Relatório

Trata-se de Recurso Especial de divergência interposto pela Fazenda Nacional, contra a decisão consubstanciada no **Acórdão n.º 3302-010.741**, de 28/04/2021 (fls. 897/919), proferida pela 2ª Turma Ordinária da 3ª Câmara da Terceira Seção de julgamento do CARF, que deu provimento ao Recurso Voluntário apresentado.

Dos Autos de Infração

Trata o presente processo de Autos de Infração (AI), lavrados em 08/12/2010, relativos à falta/insuficiência de recolhimento das Contribuições do PIS e da COFINS (fls. 158/176), referente aos períodos de apuração de janeiro/2006 a dezembro/2006.

A Fiscalização relatou a motivação no Termo de Constatação Fiscal (anexo ao AI, fls. 150/157), em resumo, que:

- o contribuinte tem como atividade econômica principal a exploração de serviço de radiodifusão sonora (rádio) ou de sons e imagens (TV), sendo que a receita bruta no ano de 2006, foi basicamente da prestação de serviços de veiculação de publicidade comercial;

- que o valor bruto corresponde ao preço da mídia contratada (item 1.11 das Normas Padrão), ou seja, o preço do serviço de publicidade prestado ou contratado, cujo faturamento é feito pelo veículo de comunicação diretamente contra o seu cliente/anunciante (artigo 15 do Decreto n.º 57.690, de 1966 e item 2.4 das Normas Padrão);

- o “desconto padrão”, por sua vez, que corresponde a um abatimento de 20% do valor bruto, representa, na verdade, uma remuneração pela criação/produção de conteúdo e intermediação técnica devida com exclusividade pelo veículo de comunicação para a agência de publicidade e propaganda (parágrafo 1º do artigo 11 do Decreto n.º 57.690, de 1966 e item 1.10 e 1.12 das Normas-Padrão - NP);

- que são, portanto, duas situações jurídicas distintas: uma, que se estabelece no faturamento entre o veículo de comunicação e o cliente/anunciante e, a outra, em paralelo, criada entre o veículo de comunicação e a agência de publicidade e propaganda, em relação ao “desconto padrão”;

- as Normas-Padrão enumera, ainda, três formas distintas para se operar o pagamento e a distribuição entre o veículo de comunicação e a agência de propaganda, do valor devido pelo anunciante: **a)** a própria agência de propaganda é responsável pela cobrança do valor bruto devido pelo anunciante e pelo repasse do valor líquido ao veículo de comunicação, restando o “desconto padrão” lhe devido (item 2.4 das Normas-Padrão); **b)** o valor bruto devido é

entregue diretamente pelo anunciante ao veículo de comunicação, ficando a seu cargo pagar o “desconto padrão” diretamente à agência de publicidade (item 2.42 das Normas-Padrão); e) o valor líquido é entregue diretamente pelo anunciante ao veículo de comunicação, cabendo ainda ao anunciante pagar à agência o valor referente ao “desconto padrão” (item 2.4.3 das NP).

Importa ressaltar que, independente da forma de pagamento ajustada entre as partes, o faturamento do veículo de comunicação, é sempre emitido contra o cliente ou anunciante pelo seu valor bruto.

Conforme esclarecimento prestado pela Contribuinte, em atendimento ao Termo de Intimação Fiscal n.º 01, informou que as receitas, em relação aos serviços em que houve a intermediação das agências de propaganda e publicidade, foram registradas pelo seu valor líquido, ou seja, sem computar o desconto padrão de agência.

O procedimento contábil adotado, apesar de não produzir efeitos no resultado líquido do exercício, acabou por reduzir indevidamente a base de cálculo do PIS e COFINS, visto que essas contribuições incidem sobre o total do faturamento, com as exclusões nominalmente discriminadas no § 2º do artigo 3º da Lei n.º 9.718, de 1998, não incluído o “desconto padrão”.

Da Impugnação e Decisão de 1ª Instância

Cientificada dos Autos de Infração, a Contribuinte apresentou a Impugnação de fls. 180/195, alegando, em essência, que:

- como detalhado minuciosamente pela Fiscalização, com transcrição cuidadosa da legislação extravagante pertinente ao caso (Decreto n.º 57.609, de 1966, arts. 6º, 8º, 11º e 15), o desconto de agência é verba paga pelo anunciante a agência de publicidade;

- em outras palavras, o desconto de agência é importância somente auferida pela agência de publicidade; o veículo de divulgação/comunicação, como é o caso da Contribuinte, apenas destaca em nota fiscal os valores pagos a tal título à agência de publicidade;

- o valor correspondente ao desconto de agência não é percebido, auferido, pela Contribuinte; somente destaca em nota fiscal, em obediência ao determinado pela legislação vigente (Decreto n.º 57.690, de 1966 e Normas Padrão da Atividade Publicitária), mas o valor correspondente é pago à Agência de publicidade;

- a agência efetua o pagamento à IMPUGNANTE, por conta e ordem do anunciante; o anunciante paga o valor devido pela prestação de serviços de publicidade diretamente à agência de publicidade; a discriminação do desconto de 20% é meramente demonstrativa dos valores devidos à agência de publicidade, uma vez que o valor total da Nota Fiscal, bem como o valor da fatura, contemplam o montante que efetivamente é recebido pela empresa (BAND), ou seja, os valores referentes à comissão da agência - "desconto padrão de agência" - não chegam sequer a ingressar no caixa da Impugnante.

Por fim, protesta pela produção de todas as provas em direito admitidas, especialmente pela realização de prova pericial contábil - valores "desconto de agência".

A **DRJ em São Paulo/SP**, apreciou a Impugnação que, em decisão consubstanciada no Acórdão n.º **16-87.375**, de 16/05/2019 (fls. 806/824), julgou **improcedente** a impugnação apresentada e manter o crédito tributário constituído. Nessa decisão restou assentado que: **a)** os veículos de divulgação não podem excluir da base de cálculo do PIS e da

COFINS, o valor concedido às agências de publicidade a título de desconto padrão de agência, e **b)** indeferiu o pedido de realização de diligência/perícia.

Recurso Voluntário

Cientificada da decisão de 1ª Instância, o Contribuinte apresentou Recurso Voluntário de fls. 838/854, alegando, em síntese, que: **a)** discorre sobre a Base de cálculo do PIS e da COFINS devidos pela Contribuinte (Receitas de prestação de serviços de radiodifusão); **b)** elabora demonstração de que o desconto padrão de agência não constitui receita própria da recorrente; **c)** requer o cancelamento integral dos Autos de Infração em discussão e subsidiariamente, caso se entenda necessário, em homenagem ao princípio da verdade material, requer-se a baixa dos autos em diligência para que sejam comprovadas as alegações apresentadas no recurso, mediante a juntada de documentação suplementar.

Acórdão/CARF

O recurso foi submetido a apreciação da Turma julgadora e foi exarada a decisão consubstanciada no **Acórdão n.º 3302-010.741**, de 28/04/2021 (fls. 897/919), proferida pela 2ª Turma Ordinária da 3ª Câmara da Terceira Seção de julgamento do CARF, que deu provimento ao Recurso Voluntário apresentado. Nessa decisão o Colegiado assentou que os valores que transitam nas contas contábeis dos veículos de divulgação a título de “desconto padrão de agência” não compõem o faturamento da contribuinte e, por esse motivo, não compõem a base de cálculo do PIS e da COFINS. “(...) o *desconto-padrão corresponde a remuneração da agência de publicidade pelos serviços prestados ao anunciante, sendo devida por este (anunciante), o qual não se confunde com comissão eventualmente devida pela Recorrente aos agenciadores de propaganda pela intermediação da venda do espaço publicitário*”.

Recurso Especial da Fazenda Nacional

Regularmente notificado do Acórdão n.º 3302-010.741, de 28/04/2021, a Fazenda Nacional apresentou Recurso Especial de fls. 921/930, apontando divergência com relação à seguinte matéria: “à inclusão do desconto padrão na base de cálculo das contribuições sociais devidas pelos veículos de comunicação”. Para tanto, indica como paradigma o Acórdão n.º 9303-002.595, alegando que:

No **Acórdão recorrido** a Turma considerou que os valores que transitam nas contas dos veículos de divulgação a título de desconto padrão de agência não compõem o faturamento da contribuinte e, por esse motivo, não compõem a base de cálculo das contribuições sociais (PIS e a COFINS).

No **Acórdão paradigma**, entendeu que o desconto padrão pago pelo veículo de divulgação à agência de publicidade integra a base de cálculo do PIS e da COFINS. Não se aplica o art. 19 da Lei n.º 12.232, de 2010 nas relações entre particulares já que a lei disciplina a contratação de agências de publicidade pela administração pública. As atividades publicitárias entre particulares permanecem regidas com fundamento na Lei n.º 4.680, de 1965, que não dispõe sobre exclusão, da base de cálculo do PIS e COFINS, do desconto-padrão pago às agências de publicidade pelos veículos de divulgação.

Assim, com os fundamentos contidos no Despacho de Exame de Admissibilidade do Recurso Especial – da 3ª Câmara, de 01/08/2021, exarado pelo Presidente da 3ª Câmara da 3ª Seção (fls. 934/937), **deu seguimento** ao Recurso Especial interposto pela Fazenda Nacional.

Contrarrazões do Contribuinte

Regularmente notificada do Acórdão n.º 3302-010.741 e do Recurso Especial da Fazenda Nacional que lhe foi dado seguimento, o Contribuinte apresentou suas contrarrazões nos autos, requerendo que seja negado seguimento ao Recurso Especial manejado pela Fazenda Nacional, por não cumprir os requisitos básicos de admissibilidade, em vista da ausência de similitude fática entre o Acórdão recorrido e o paradigma. Na hipótese de decidir-se pela apreciação do mérito do Recurso Especial, requer seja-lhe negado provimento, para que seja mantida a decisão recorrida, que entendeu pela não incidência das Contribuições ao PIS e COFINS sobre os valores de desconto padrão de agência.

O processo, então, foi sorteado para este Conselheiro para dar prosseguimento à análise do Recurso Especial interposto pela Fazenda Nacional.

É o relatório.

Voto

Conselheiro Luiz Eduardo de Oliveira Santos, Relator.

Conhecimento

O Recurso Especial interposto pela Fazenda Nacional é tempestivo e preenche os requisitos de admissibilidade, conforme consta do Despacho de Exame de Admissibilidade de Recurso Especial exarado pelo Presidência da 3ª Câmara da 3ª Seção de julgamento, de 01/08/2021, às fls. 934/937.

Contudo, em face do requerido pelo Contribuinte em sede de contrarrazões, que seja negado seu seguimento, entendo ser necessária uma análise dos demais requisitos de admissibilidade referente à matéria provida. Isto porque alega no seu pedido final, a ausência de similitude fática entre o Acórdão recorrido e o Acórdão paradigma, fl. 950: “*Ocorre que, consoante exhaustivamente exposto pela Recorrida desde sua Impugnação, o presente caso não trata de hipótese de exclusão de receita da base de cálculo do PIS e da COFINS, demandaria previsão legal de dedução, mas sim de não-incidência, dado o fato de que a receita decorrente do desconto padrão de agência pertence exclusivamente às agências de publicidade*”. (Grifei)

O Recurso Especial da Fazenda Nacional foi interposto com base em divergência entre o recorrido e o **paradigma n.º 9303-002.595**, de 09/10/2013. Veja-se ementa (paradigma):

“DESCONTO PADRÃO. AGÊNCIA PUBLICIDADE. VEÍCULO DIVULGAÇÃO. O desconto padrão pago pelo veículo de divulgação à agência de publicidade integra a base de cálculo do PIS e da COFINS. Não se aplica o art. 19 da Lei n.º 12.232/2010 nas relações entre particulares já que a lei disciplina a contratação de agências de publicidade pela administração pública”.

O paradigma entendeu que as atividades publicitárias entre particulares permanecem regidas com fundamento na Lei n.º 4.680, de 1965, que não dispõe sobre exclusão, da base de cálculo do PIS e COFINS, do desconto-padrão pago às agências de publicidade pelos veículos de divulgação. Confira-se trecho do voto condutor do **paradigma** apresentado (Grifei):

“(…) No caso sob análise, dúvida não há que a Fiscalização tributou, tão somente, as receitas oriundas do faturamento realizado pela recorrente, com base nas Notas

Fiscais de serviços por ela emitidas, como determinava a legislação dessa contribuição, vigente à época dos fatos geradores objeto do lançamento em análise. É incontroverso nos autos que os valores lançados correspondem aos das faturas emitidas pela Fiscalizada. A discórdia entre ela e o Fisco reside na pretensão de se excluir da base de cálculo os valores correspondentes a pagamentos de desconto padrão às agências de propaganda”.

“(…) No caso em exame, o veículo de divulgação recebeu o total do valor negociado, emitindo uma fatura comercial em nome do anunciante e, após, a agência de publicidade emitiu uma fatura comercial em nome do veículo de divulgação. São duas relações negociais que se formam. Uma entre o veículo de divulgação e o anunciante e outra entre a agência de propaganda e o veículo de divulgação. **E cada uma dessas relações negociais haverá repercussão financeira, e, por conseguinte, tributária**”.

No Acórdão recorrido a Turma entendeu que os valores que transitam nas contas dos veículos de divulgação a título de desconto padrão de agência **não compõem o faturamento** da contribuinte e, por esse motivo, não compõem a base de cálculo das contribuições sociais (fl.918):

“(…) entendo que o desconto-padrão corresponde a remuneração da agência de publicidade pelos serviços prestados ao anunciante, sendo devida por este (anunciante), o qual não se confunde com comissão eventualmente devida pela Recorrente aos agenciadores de propaganda pela intermediação da venda do espaço publicitário”.

Assim, cotejando-se os arestos (paradigma e recorrido), parece-me que há entre eles a similitude fática suficiente para que se possa estabelecer uma base de comparação para fins de dedução da divergência arguida. O dissídio interpretativo a respeito da inclusão ou não do “desconto-padrão” na base de cálculo das contribuições sociais emerge quando se contata que, enquanto a decisão recorrida o excluiu, o Acórdão paradigma assentou que ele compõe a base de cálculo das contribuições, inexistindo base legal para sua exclusão.

Portanto, conheço do Recurso Especial interposto pela Fazenda Nacional.

Mérito

Para análise do mérito, se faz necessária a delimitação do litígio. No presente caso, cinge-se a controvérsia, especificamente, em relação à seguinte matéria: **“à inclusão do desconto padrão na base de cálculo das contribuições sociais (PIS e COFINS) devidas pelos veículos de comunicação”**.

Relata o Fisco que, *“Verificou-se, todavia, no curso do procedimento fiscal, relativo aos fatos geradores ocorridos no ano de 2010, que o procedimento contábil adotado pelo contribuinte para o registro das receitas de prestação de serviços de publicidade reduziu indevidamente as bases de cálculo das contribuições ao PIS e COFINS”*.

Ressaltou que o procedimento contábil adotado, apesar de não produzir efeitos no resultado líquido do exercício, acabou por reduzir indevidamente a base de cálculo do PIS e da COFINS, visto que essas contribuições incidem sobre o total do faturamento, com as exclusões nominalmente discriminadas no §2º do artigo 3º da Lei nº 9.718, de 1998, não incluído ali o “desconto padrão. Isto porque o Contribuinte informou que as receitas, em relação aos serviços em que houve a intermediação das agências de propaganda e publicidade, foram registradas pelo seu valor líquido, ou seja, sem computar o “desconto padrão de agência”.

Esclareceu ainda, que, como apenas o percentual de 80% do valor pago pelo cliente/anunciante lhe é devido e considerando que o “desconto padrão” de 20% é pago diretamente pelo anunciante para agência de publicidade, não transitando pelas contas da empresa, os valores do “desconto padrão” não foram registrados na sua contabilidade.

No recorrido, a Turma entendeu que, “(...) o desconto-padrão corresponde a remuneração da agência de publicidade pelos serviços prestados ao anunciante, sendo devida por este (anunciante), o qual não se confunde com comissão eventualmente devida pela Recorrente aos agenciadores de propaganda pela intermediação da venda do espaço publicitário”.

No especial, a Fazenda Nacional defende que, “(...) o desconto padrão de agência é custo da atividade do veículo de divulgação e não tem autorização legal para ser excluído da apuração da base de cálculo das contribuições”.

Pois bem. Esse tema já foi apreciado nesta 3ª Turma da CSRF. Entendeu-se que o Contribuinte, um veículo de comunicação (rádio e TV), não poderia excluir da base de cálculo da contribuição os valores das “desconto padrão” às agências de publicidades.

Como os motivos do nosso convencimento, para afastar a pretensão, coincidem com os esposados no **Acórdão n.º 9303-002.602**, de 09/10/2013, de relatoria do ex *Conselheiro Henrique Pinheiro Torres*, que enfrentou caso absolutamente semelhante, o qual passo a transcrevê-lo e adotando seus fundamentos como razão de decidir este caso. Confira-se:

“A teor do relatado, a questão que se apresenta a debate diz respeito à base de cálculo da Cofins devida pelo veículo de divulgação. De um lado, a Fazenda entende que a contribuição incide sobre o total da receita proveniente do faturamento constante das Notas Fiscais emitidas pela reclamante, enquanto esta defende a exclusão do desconto padrão pago por ela às agências de propaganda. A meu sentir, não merece reparo o acórdão recorrido, pois a Cofins, diferentemente do que acontece com o IRPJ e a CSLL, à época da ocorrência dos fatos geradores objeto destes autos, incidia sobre o total do faturamento, assim entendido, as receitas provenientes da venda de mercadorias, desserviços ou de ambos, e não sobre o lucro ou a diferença entre as receitas e as despesas, como acontece com esses dois tributos.

No caso sob análise, dúvida não há que a Fiscalização tributou, tão somente, as receitas oriundas do faturamento realizado pela recorrente, com base nas Notas Fiscais de serviços por ela emitidas, como determinava a legislação dessa contribuição, vigente à época dos fatos geradores objeto do lançamento em análise. É incontroverso nos autos que os valores lançados correspondem aos das faturas emitidas pela Fiscalizada. A discórdia entre ela e o Fisco reside na pretensão de se excluir da base de cálculo os valores correspondentes aos pagamentos de desconto padrão às agências de propaganda.

A defesa socorre-se do art.19 da Lei 12.232/2010 que dispõe sobre a interpretação da legislação de regência sobre os valores correspondentes ao desconto padrão de agência. Acontece, porém, que essa lei, conforme explicitado linhas abaixo, aplica-se, exclusivamente, às relações dos serviços de publicidade com a Administração Pública. Não dispõe sobre o tratamento tributário das pessoas que menciona, como não poderia ser. A incidência das contribuições devidas pelas agências publicitárias e pelos veículos de divulgação, à época dos fatos em análise, obedecia à regra geral das demais pessoas jurídicas, sem qualquer regalia ou diferenciação.

No caso em exame, o veículo de divulgação recebeu o total do valor negociado, emitindo uma fatura comercial em nome do anunciante e, após, a agência de publicidade emitiu uma fatura comercial em nome do veículo de divulgação. São duas relações negociais que se formam. Uma entre o veículo de divulgação e o anunciante e outra entre a agência de propaganda e o veículo de divulgação. E cada uma dessas relações negociais haverá repercussão financeira, e, por conseguinte, tributária. No caso específico dos autos, a relação entre anunciante e veículo de divulgação gera receita para este, no valor total da fatura por ele emitida contra aquele. Já na relação estabelecida entre a agência de propaganda e o veículo de divulgação, a receita gerada será da agência, também, no valor da fatura comercial emitida contra o veículo anunciante.

Quanto à tributação dessas receitas em relação ao PIS e à Cofins, não há novidade: comporão o faturamento tanto da agência quanto do veículo de divulgação, e, por

consequente, integrarão a base de cálculo dessas contribuições, devidas por essas duas pessoas jurídicas. Assim, a receita referente à fatura emitida pelo veículo de divulgação deverá ser, por ele, oferecida à tributação dessas duas contribuições. O mesmo procedimento é esperado da agência de publicidade, em relação à receita recebida do veículo de divulgação. Note-se que as faturas emitidas, tanto pelo veículo de divulgação contra a anunciante, quanto a da agência contra o veículo de divulgação, referem-se a serviços prestados por duas pessoas jurídicas distintas, e cada uma delas foi remunerada pelo serviço prestado. Essa remuneração, qualquer que seja a classificação adotada, contábil, fiscal, econômica, não importa, representa faturamento da prestadora do serviço, e como tal está sujeita à incidência do PIS e da Cofins.

Poder-se-ia argumentar, como de fato o fez a recorrente, que os valores correspondentes ao desconto padrão não seriam receitas do veículo de divulgação, a teor do disposto no art.19 da Lei nº 12.232/2010. Acontece, porém, que, conforme pode ser visto nas razões de veto do parágrafo único desse dispositivo legal, a norma nele incerta somente disciplina as relações de publicidade com a Administração Pública, não se aplicando às relações entre particulares.

“MENSAGEM Nº 203, DE 29 DE ABRIL DE 2010.

Senhor Presidente do Senado Federal, Comunico a Vossa Excelência que, nos termos do § 1º do art. 66 da Constituição, decidi vetar parcialmente, por contrariedade ao interesse público, o Projeto de Lei no 197, de 2009 (no 3.305/08 na Câmara dos Deputados), que “Dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências”.

Ouvido, o Ministério da Justiça manifestou-se pelo veto ao dispositivo abaixo:

Parágrafo único do art. 19

“Art. 19.

Parágrafo único. O disposto neste artigo se aplica inclusive à contratação de serviços entre particulares, observadas normas de orientação expedidas pelo Conselho Executivo das Normas Padrão CENP.”

Razão do veto: “O projeto de lei disciplina a contratação de agências de publicidade pela administração pública, não adentrando nas relações entre os particulares que exercem atividades publicitárias com fundamento na Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965.”

Essa, Senhor Presidente, a razão que me levou a vetar o dispositivo acima mencionado do projeto em causa, a qual ora submeto à elevada apreciação dos Senhores Membros do Congresso Nacional”.

Diante disso, dúvida não há de que a norma trazida no art. 19 da Lei nº 12.232/2010, é inaplicável ao caso sob exame, por ser específica para as contratações com a Administração Pública, conforme explicado nas razões de veto do parágrafo único que previa a extensão para as relações entre os particulares. As atividades publicitárias entre particulares permanecem regidas com fundamento na Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, que não dispõe sobre exclusão, da base de cálculo do PIS e Cofins, do desconto padrão pago às agências de publicidade pelos veículos de divulgação.

Em outro giro, o que a recorrente pretende, na realidade, **é tributar apenas a receita líquida, deduzindo as despesas incorridas com a prestação dos serviços**. Essa pretensão poderia encontrar abrigo se estivéssemos tratando de Imposto de Renda da Pessoa Jurídica ou ainda da Contribuição Social sobre o Lucro Líquido, onde a incidência está associado ao conceito de lucro, grosso modo, receitas menos despesas, mas não sobre as contribuições incidentes sobre o faturamento, como é o caso da Cofins, que tem como base de cálculo as receitas oriundas da venda de bens, de serviços ou de ambos. As exclusões permitidas são somente aquelas listadas, *numerus clausus*, na lei instituidora da contribuição, *in casu*, a Lei Complementar 70/1991, e nas demais que alteraram o texto original, sobretudo a Lei 9.715/1998 e 9.718/1998. **Dentre as exclusões legais não se encontra a pretendida pelo sujeito passivo.**

Assim, à mingua de previsão legal autorizativa para se proceder à exclusão da base de cálculo do PIS e Cofins do desconto padrão pago às agências de publicidade pelo veículo de comunicação, preditos valores devem, necessariamente, compor a base de cálculo das contribuições citadas". (Grifei)

E, no intuito de melhor esclarecer essa questão, trazemos a colação o art. 11 da Lei nº 4.680, de 1965, que trata do exercício da profissão de publicitário:

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."

Também transcrevemos a seguir, alguns tópicos importantes das "Normas Padrão da Atividade Publicitária":

1.10 Desconto Padrão de Agência: é o abatimento concedido, com exclusividade, pelo Veículo de Comunicação à Agência de Publicidade, a título de remuneração, pela criação/produção de conteúdo e intermediação técnica entre aquele e o Anunciante.

1.11 Valor Bruto: é o preço da mídia contratada, deduzidos os descontos comerciais concedidos ao Anunciante.

2.4 O Anunciante é titular do crédito concedido pelo Veículo com a finalidade de amparar a aquisição de espaço, tempo ou serviço diretamente ou através de Agência de Publicidade, sendo obrigação do primeiro pagar ao segundo o preço contratado. Havendo a participação de Agência, o faturamento do Veículo será emitido contra o Anunciante aos cuidados da Agência, que efetuará a cobrança, devendo pagar ao Veículo o valor líquido da operação no prazo estabelecido, deduzido o "desconto padrão de agência", que lhe é concedido a título de "Del Credere". **2.4.1** A Agência responde perante o Veículo pelos valores recebidos do Cliente e àquele devido.

2.4.2 Quando, excepcionalmente - mediante prévio e expresso ajuste entre o Anunciante, Agência e Veículo - o pagamento ao Veículo for efetuado diretamente pelo Anunciante, este o fará pelo valor bruto da fatura. Neste caso, o Veículo deverá creditar à Agência o "desconto padrão de agência", deduzidos os tributos e encargos sociais que incidirem sobre a operação.

Quando, excepcionalmente, mediante prévio e expresso ajuste entre o Anunciante, Agência e Veículo o pagamento ao Veículo for efetuado diretamente pelo Anunciante pelo valor líquido, caberá ao Anunciante transferir à Agência o valor do "desconto padrão de agência" já concedido pelo Veículo.

2.5 O "desconto padrão de agência" de que trata o art. 11 da Lei nº 4.680/65 e art. 11 do Decreto 57.690/66 é reservado exclusivamente à Agência, com a finalidade de remunerar seus serviços como criadora/produzora de conteúdo publicitário.

Cabe informar que o Decreto nº 57.690, de 1966, regulamenta a Lei nº Lei nº 4.680, de 1965.

Desta feita, assiste razão à Fazenda Nacional, pois não há como concordar com a decisão recorrida de atender à pretensão da Contribuinte de tributar apenas a receita líquida, isto é, a receita pertinente ao faturamento deduzida das despesas para sua obtenção.

O desconto padrão é decorrente da relação do veículo de divulgação com a agência de propaganda, de forma que mesmo que o pagamento referente a esse desconto seja efetuado pelo anunciante diretamente à agência de propaganda, esse valor continua a ser a remuneração devida a esta pelo veículo de divulgação, decorrente não só da imposição da legislação própria da atividade publicitária, mas também, como visto, das circunstâncias fáticas dos serviços prestados.

Portanto, o “desconto padrão de agência” é custo da atividade do veículo de divulgação e não tem autorização legal para ser excluído da apuração da base de cálculo das contribuições. Tais valores integram o faturamento dos veículos de comunicação, pois são por eles devidos às agências de publicidade, por conta da intermediação entre anunciante e veículo, possuindo natureza de comissão, consoante expressa disposição das Normas Padrão da Atividade Publicitária.

Nesse mesmo sentido, restou decidido nos Acórdãos n.º 9303004.609, de 26/01/2017 (redator designado o *Conselheiro Júlio César Alves Ramos*); Acórdão n.º 9303-005.504, de 15/08/2017 (relatoria do *Conselheiro Demes Brito*) e no Acórdão n.º 9303-005.978, de 28/11/2017 (relatoria do *Conselheiro Charles Mayer de Castro Souza Relator*).

Conclusão

Com forte nessas considerações, voto no sentido de conhecer do Recurso Especial de divergência interposto pela Fazenda Nacional, para no mérito, **dar-lhe provimento**, devendo ser revertida a decisão recorrida, restabelecendo-se o lançamento, uma vez que os veículos de divulgação não podem excluir da base de cálculo do PIS e da COFINS o valor concedido às agências de publicidade a título de “desconto padrão de Agência”.

É como voto.

(documento assinado digitalmente)

Luiz Eduardo de Oliveira Santos