

FISCAL EM JUÍZO, de autoria de VITOR SAPIENZA & JACQUES BUSHATSKY, Ed. Privativa, 1ª Edição, 1993, págs. 74/77.

16. Voltando ao mérito da questão propriamente dita, temos que, não obstante alegue a autuada que é “uma empresa prestadora de serviços com reconhecimento pelo Poder Judiciário, razão pela qual é contribuinte do ISS, de competência municipal”, a sua atividade, como se infere da denominação social (já que não juntou cópia dos seus atos constitutivos), e do seu código de atividade econômica (CAE) nº 40.840, é industrial, e não relacionada com o ramo de publicidade e propaganda. De se frisar, ainda, que não há nos autos prova alguma de que a Recorrente está inscrita na Prefeitura e vem pagando o ISS sobre as operações em questão.

17. Consoante se verifica do processado e da Nota Fiscal-Fatura acostada aos autos, a Recorrente vendeu um painel luminoso.

18. A decisão judicial de que dá notícia a Recorrente, no sentido de que prevaleceu a sua tese segundo a qual a atividade que desenvolve se enquadra nos itens 35 e 43 da Lista de Serviços, não a socorre, porque baseada na interpretação da Lista de Serviços editada pelo Decreto-lei nº 406/68, alterada pelo Decreto-lei nº 834/69, enquanto a infração ora discutida ocorreu em 15 de abril de 1991, quando já vigorava a Lista de Serviços aprovada pela Lei Complementar (federal) nº 56/87, cujo item 85, que encampou o item 35 da Lista anterior, tem a seguinte dicção:

“ 85 - Propaganda e publicidade, inclusive promoção de vendas, planejamento de campanhas ou sistemas de publicidade; elaboração de desenhos, textos e demais materiais publicitários (exceto sua impressão, reprodução ou fabricação)” (grifos nossos).

19. De se ressaltar, neste ponto, que a Lei nº 4.680, de 18 de junho de 1965, ao dispor sobre o exercício da

profissão de publicitário e agenciador de propaganda, define a **agência de propaganda** como sendo a pessoa jurídica “*especializada na arte e técnica publicitária que, através de especialistas, estuda, concebe, executa e distribui propaganda aos veículos de divulgação, por ordem e conta de clientes anunciantes, com o objetivo de promover a venda de produtos e serviços, difundir idéias ou informar o público a respeito de organizações ou instituições colocadas a serviço desse mesmo público*” (artigo 3º), enquanto a **propaganda** vem a ser “*qualquer forma remunerada de difusão de idéias, mercadorias ou serviços, por parte de um anunciante identificado*” (artigo 5º). A **publicidade** é o conjunto de meios que permite dar a conhecer a existência de um produto ou de um serviço. É uma atividade independente, vinculada diretamente à propaganda (a publicidade é um instrumento da propaganda), com caráter eminentemente comercial ou econômico.

20. O item enfocado - serviços de propaganda e publicidade - pode gerar dúvidas, tendo em vista que diversas atividades podem ser exercidas pelos publicitários e pelos agenciadores de propaganda, ou pelo veículo, ora como simples intermediários, ora por conta própria.

21. O mestre BERNARDO RIBEIRO DE MORAES, em sua obra *DOCTRINA E PRÁTICA DO IMPOSTO SOBRE SERVIÇOS*, ed. RT, São Paulo, 1984, págs. 320/321, ensina que:

“a - quem pinta placa para fachadas comerciais (recebe a placa pronta para receber a pintura), sem nada idealizar, não realiza serviços de publicidade, mas de pintura;

b - quem adquire folha metálica e sarrafos de madeira, arma uma placa e depois a pinta, realiza serviços de confecção de placas e não de publicidade. A **confecção de faixas, cartazes ou painéis de propaganda, para venda ou locação de terceiros, constitui industrialização (trans-**

formação) e não serviço. Sujeita-se ao IPI e não ao ISS;”.

22. Esse é, também, o entendimento exarado no Parecer Normativo CST nº 335/70, de 2/10/70, assim ementado:

“A confecção de faixas, cartazes ou painéis de propaganda, para venda ou locação a terceiros, constitui industrialização - transformação ou montagem - obrigando o confeccionador ao recolhimento do imposto e cumprimento das demais exigências constantes do RIPI. O valor tributável será o preço da operação de que decorrer o fato gerador”.

23. No mesmo diapasão, o acórdão proferido pela Décima Quinta Câmara do Tribunal de Justiça de São Paulo, na Apelação Cível nº 160.610-2, em 02/10/90 (obra citada, páginas. 73/77), cujos fundamentos peço vênha para em resumo transcrever, em razão da identidade com a matéria *sub judice*:

“... ”

O recurso não comporta provimento, merecendo subsistir a respeitável decisão recorrida por seus próprios e jurídicos fundamentos que muito honram seu ilustre prolator Doutor Antônio Cerqueira Leite.

Com efeito, com o advento da Lei Complementar Federal nº 56, de 15/12/1987, que deu nova redação à Lista de Serviços anexa ao Decreto-lei nº 406, de 1968, já com a redação do Decreto-lei nº 834, de 1969, o item 35 da Lista que passou a ser o item 85 assim ficou redigido:

‘ Propaganda e publicidade, inclusive promoção de vendas, planejamento de campanhas ou sistemas de publicidade, elaboração de desenhos, textos e demais materiais publicitários (exceto sua impressão, reprodução ou fabricação) ’.

Portanto, o campo de incidência do ISS ficou restrito à criação, concepção, execução ou planejamento de campanhas pu-