**FACULDADE DE DIREITO DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO**

**DEPARTAMENTO DE DIREITO ECONÔMICO, FINANCEIRO E TRIBUTÁRIO**

**Disciplina:** **TRIBUTAÇÃO DA ECONOMIA DIGITAL (DEF 0334)**

**Professor:** **Paulo Victor Vieira da Rocha**

**Local:** EAD

**Horário:** Segundas-feiras, das 21:40h às 22:25h e das 22:30h às 23:15h

## AVALIAÇÃO FINAL

**Instruções para avaliação:** A substitutiva é composta de um único caso. a) A prova deverá ser entregue impreterivelmente até segunda feira, dia 14/12 às 23:59h no e-mail do auxiliar - gabrielk@usp.br -, para que ele possa centralizar as atividades e depois me passar; c) Serão admitidos no máximo 4 laudas para a prova; d) o padrão de formatação deve ser o seguinte: espaçamento simples, letra 12 na fonte Times New Roman, margem superior de 3 cm, esquerda de 3 cm, direita de 2 cm e inferior de 2 cm. e) É livre a consulta da legislação, doutrina e jurisprudência, e a(s) página(s) de referência(s) dessas fontes não será(ão) contabilizada(s) para fins do atendimento ao requisito "c". f) favor colocar devida identificação no arquivo, com nome e número usp g) o envio pode ser feito por meio de pdf ou word h)dúvidas remanescentes sobre as instruções devem ser enviadas preferencialmente no privado do WhatsApp.

Boa Prova!

**PROVA SUBSTITUTIVA – "CASO Google.com"**

O Google.com é um dos portais de notícias mais acessados do Brasil, que aufere receita tanto por meio de seus assinantes, quanto de anunciantes que visam a ter seus anúncios publicitários divulgados na rede. A Google Internet Ltda, por sua vez, é a empresa detentora do Google.com, que oferece basicamente dois serviços aos interessados em anunciar em seu portal de notícias: a) o primeiro deles, trata-se de um serviço que veicula anúncios genericamente em seu portal, em outras palavras, tratam-se de publicidades que podem ser visualizadas por qualquer pessoa que acesse o portal; b) o segundo serviço é o de anúncio *premium*, que possuem como público alvo exclusivamente os assinantes do portal, em outras palavras, tratam-se de publicidades que podem ser visualizadas a quem tem acesso exclusivo do canal. Ocorre que, esta segunda modalidade de anúncio é muito mais visível pelos assinantes do portal, tendo em vista que neste modelo há comercialização de um número bastante limitado deste tipo de anúncio. Assim, ao consentir com o termo de adesão do portal, de um lado, os assinantes do Google.com concordam com o fato de que seus endereços de e-mail serão compartilhados pelo Google.com com os anunciantes *premium*. E de outro, os anunciantes *premium* em seu contrato com a Google.com se comprometerem a enviar e-mails exclusivamente aos endereços de e-mail dos assinantes *premium*, da plataforma, sob duas condições cumulativas: 1- o destinatário ter em algum momento clicado em um anúncio daquele anunciante que tem a pretensão de enviar o e-mal; b) o conteúdo do e-mail daquele anunciante ser constituído em promoção exclusiva para os assinantes do

Google.com. Para fins tributários, a Google Internet Ltda, pensar ser contribuinte do ISS, no entanto, em dezembro de 2019, sofreu fiscalização pela Secretaria de Fazenda do Estado de São Paulo, que fiscalizando o exercício de 2015, a considerou contribuinte do ICMS-comunicação, lavrando o respectivo auto de infração. Diante disso, a Google Internet Ltda impugnou a referida autuação que está pendente de julgamento.

1. Identifique os conceitos e categorias de direito tributário relevantes para solução do caso.
2. Defina-os minimamente;
3. Aponte os possíveis argumentos em favor da pretensão fiscal;
4. Aponte os possíveis argumentos em favor do contribuinte;
5. Exponha sua posição pessoal.